

**METODOLOGÍA EDDR: UN PASO MÁS CERCA A LA COMUNICACIÓN
TRANSDISCIPLINAR**

Jhon Esteban Turizo Castañeda

Natalia Useda Alarcón



Universidad Santo Tomás
Facultad de Diseño Gráfico

Directora Trabajo de Grado:
Tulia Rosa Villa Macías

Bogotá D.C

2021-1

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo de grado a las personas que siempre nos han acompañado y apoyado desde el inicio de este camino hasta el final, en especial a nuestros padres Marleni, Juan Carlos y Yolima, quienes son los pilares fundamentales en la construcción de todos nuestros valores, metas, sueños e ilusiones.

Agradecimientos

Agradecemos a todos los docentes que hicieron parte de nuestro proceso educativo durante toda la carrera. A la Facultad de Diseño Gráfico por brindarnos las herramientas necesarias para contribuir desde nuestros conocimientos a los procesos de transformación social. También a nuestra directora de grado Tulia Rosa Villa Macías, quien nos brindó su apoyo constante, no solo como tutora sino como guía desde nuestro primer semestre. Por último, queremos agradecer a nuestros padres, amigos y familiares quienes confiaron en nosotros desde un principio para convertirnos en unos profesionales íntegros.

Tabla de Contenido

	Pág
1. Introducción	5
2. Justificación	6
3. Pregunta articuladora	7
4. Objetivos	7
4.1 Objetivo General	7
4.2 Objetivos Específicos	8
5. Tema de reflexión y discusiones académicas	8
5.1 El diseño gráfico en los equipos de trabajo	8
5.2 La comunicación transdisciplinar	10
5.2.1 La transdisciplinariedad en el Diseño Gráfico.....	11
5.3 Metodología del diseño gráfico	12
5.3.1 Metodología Agile	13
5.3.2 Metodología Design Thinking	14
5.4 Herramientas tecnológicas para la comunicación	16
6. Discusión	17
6.1 Comunicación transdisciplinar en los Departamentos	17
6.2 El rol del diseñador gráfico	19
6.3. Procesos Metodológicos en el D.G.T.H y D.P.B.I	20
6.4 Metodología EDDR	24
7. Bibliografía	29
8. Anexos	31
8.1 Anexo 1 fase de exploración metodología EDDR	31
8.2 Anexo 2 fase de discusión metodología EDDR	31

8.3 Anexo 3 fase de definición metodología EDDR	32
8.4 Anexo 4 fase de resultados metodología EDDR	32
8.5 Anexo 5 evaluación de la metodología EDDR	33
8.6 Link de la metodología EDDR en Jamboard	33

Lista de Figuras

Figura 1. Estructura de los diferentes niveles de las disciplinas	11
Figura 2. Metodología Scrum: Fases de un Sprint.	14
Figura 3. Proceso de Design Thinking	16
Figura 4. Pieza gráfica para celebración del día del niño Tomasino Multicampus (2021)	21
Figura 5. Pieza gráfica de pasos para reportar en caso de COVID-19 (2021)	22
Figura 6. Metodología EDDR: Fases de la metodología comunicación transdisciplinar (2021)	25

1. Introducción

El presente documento se da como resultado al proceso de pasantía que se realizó en la Universidad Santo Tomás radicada en la ciudad de Bogotá durante los meses de febrero a agosto del 2021. La institución académica privada se caracteriza por ser el primer claustro universitario nacional, promoviendo la educación integral que se imparte desde el pensamiento humanista de Santo Tomás de Aquino, por lo cual tanto sus trabajadores, así como sus estudiantes siempre velarán por el diálogo, la comprensión y la proyección social como eje fundamental en sus vidas.

Teniendo en cuenta lo anterior, las pasantías profesionales son desarrolladas en los Departamentos de Gestión del Talento Humano (D.G.T.H), y de Promoción y Bienestar Institucional (D.P.B.I) de la Universidad. En las cuales cumplimos con el rol de diseñadores gráficos, encargados de la elaboración de piezas gráficas para la comunicación interna y externa de las diversas actividades que se realizan por parte de los dos sitios de trabajo.

Con base en esto, se reflexiona sobre los procesos de comunicación en los Departamentos, los cuales demuestran ciertas dificultades a la hora de transmitir y construir la información de manera más colaborativa con todos los profesionales que hacen parte del equipo. Por consiguiente, se buscó una forma de potenciar esos procesos desde los conocimientos del diseño gráfico, para así llegar al planteamiento de una metodología corta que favorezca la comunicación en clave transdisciplinar, esto teniendo en cuenta que los tiempos de la pasantía no permitieron la implementación de la metodología, sino solo la posibilidad de proponer.

Por lo tanto, es importante mencionar que la transformación social es la línea de investigación de la Facultad de Diseño Gráfico en la USTA. La cual teniendo en cuenta nuestro contexto y experiencias en las practicas, podemos decir que aporta al mejoramiento

del ámbito laboral desde el diseño gráfico, siendo este un transformador social, ya que apuesta al beneficio de las comunicaciones transdisciplinarias que se presentan en el D.G.T.H y el D.P.B.I.

2. Justificación

En la USTA siempre se ha optado porque sus trabajadores se puedan entender entre ellos, esto sin importar cuales son los conocimientos con los que cada uno cuenta, de modo que esto ha sido algo que poco a poco se vuelve necesario con miras a mejorar los resultados obtenidos. A partir de esto, se ve pertinente el planteamiento de una nueva metodología de comunicación propuesta desde el diseño gráfico, que puede aportar significativamente en los procesos de desarrollo de nuevos proyectos, debido a que se evidenciaron ciertas falencias en la comunicación que se da entre los diferentes grupos de trabajo y los resultados obtenidos.

Lo anterior, comprueba que dichas falencias afectan en el flujo de la información al momento de compartirse por los diferentes filtros requeridos para la solicitud, revisión, creación, y aprobación. Situación que cambia cuando los profesionales que hacen parte del equipo, contribuyen a la solución de problemas a través de sus conocimientos y perspectivas diferentes, haciendo que las actividades o proyectos a realizar sean lo más exitosos posibles, y aporten de manera positiva a la comunidad Tomasina.

Además, que, para la Universidad Santo Tomás el eje fundamental es el pensamiento Humanista cristiano del filósofo y teólogo Santo Tomás de Aquino. El cual “Consiste en promover la formación integral de las personas, en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social” (Rodríguez, 2008, p. 100). Por lo tanto, el perfil del Tomasino en cualquiera de sus áreas debe atender y contribuir de manera ética a los procesos de transformación social, respetando así los puntos de vista de los diferentes individuos que hacen parte de un equipo.

Construyendo conjuntamente ideas nuevas, apoyándose en otros para lograr objetivos comunes, y dar respuesta oportuna a los problemas identificados en cuestión.

Es por eso, que la metodología EDDR (explorar, discutir, definir y resultados) a entender el pensamiento de las personas expertas en diferentes campos. Potenciando e incentivando la comunicación transdisciplinar a todo el personal, para que ellos puedan realizar una aportación sincrónica y activa a través de una serie de herramientas tecnológicas en las que se podrá avanzar continuamente sin tantos inconvenientes.

Además, “el diseño gráfico es el campo disciplinar que configuran características materiales de los mensajes que se habrán de presentar a un auditorio determinado para buscar persuadir, informar una visión de la realidad” (Mora, 2019, p. 27). Por lo tanto, este tiene el control de las ideas de comunicación visual en todas las áreas de trabajo, contribuyendo a la creación de referentes desde el propio lenguaje de cada profesión, sin dejar de lado el hecho de cómo la misma profesión se puede permear de nuevos conocimientos con los que surgen ideas beneficiosas.

3. Pregunta articuladora

¿Cómo el diseño gráfico puede aportar en el fortalecimiento de la comunicación transdisciplinar mediante el planteamiento de una nueva metodología de trabajo en los equipos de los Departamentos de Gestión del Talento Humano y de Bienestar y Promoción Institucional de la USTA?

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Plantear una nueva metodología de trabajo en los equipos de los Departamentos de Gestión del Talento Humano y de Bienestar y Promoción Institucional de la USTA, en donde el diseño gráfico aporte en el fortalecimiento de la comunicación transdisciplinar.

4.2 Objetivos Específicos

- Analizar los procesos de comunicación que se trabajan dentro de los dos Departamentos involucrados.
- Identificar las necesidades de mejora en los procesos comunicativos que se desarrollan en el D.G.T.H y el D.P.B.I

5. Tema de reflexión y discusiones académicas

5.1 Diseño Gráfico en los equipos de trabajo

El diseño gráfico es una profesión muy versátil dentro de las empresas, lo que implica constante comunicación con todas las áreas que requieran de nuestros conocimientos. Pero, ¿qué es el diseño gráfico en sí?, cabe aclarar que la idea de entender el concepto no se va a centrar en indagar históricamente sobre los sucesos que lo hacen lo que es en la actualidad, sino de comprender de manera específica qué es.

Teniendo en cuenta lo anterior, para dar una definición concreta tomamos las palabras de Frascara (2000), el cual nos dice lo siguiente que “El diseño gráfico visto como actividad es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.” (pág. 19). En torno a esta definición, el diseño gráfico es una actividad en sí misma que requiere de varios procesos de desarrollo, esto con el fin de llegar a un producto final, encargado de transmitir mensajes de forma concreta a un grupo de personas. Situación que es apoyada por Ambrose y Harris (2010) cuando dicen que:

El diseño es un proceso iterativo y la planificación está presente en cada fase del viaje, desde la presentación del cliente hasta el trabajo terminado. Se pueden producir diversas soluciones para cualquier encargo y estas pueden diferir mucho en cuanto a la creatividad, practicidad y presupuesto. (pág. 6)

Los dos autores concuerdan en que el diseño gráfico tiene la necesidad de ser parte de todo el proceso, ya que desde el momento en el que nace la idea hasta el momento en que se ejecuta, siempre va a ser necesario el criterio y punto de vista de esta profesión. Al ser una disciplina que se caracteriza por adaptarse con facilidad a las diferentes funciones, le permite atender de manera apropiada los requerimientos que se solicitan en los diferentes grupos.

De igual manera, es importante tener en cuenta la evolución que ha tenido durante los últimos años la comunicación visual respecto a la definición que nos brinda Frascara. Específicamente hablando de quienes producen los mensajes visuales y para qué lo hacen. Actualmente no solo los medios industriales se encargan en su mayoría de producir estas piezas gráficas, sino que compañías, hospitales, universidades e incluso personas en internet necesitan producir mensajes visuales con más frecuencia.

Puesto que ahora hay tal necesidad por la cantidad de mensajes que consumimos del mundo visual, hay también una preocupación relacionada con que los equipos de trabajo estén bien articulados entre sí. Teniendo en cuenta que el propósito es encontrar soluciones fuera de los pensamientos de una sola labor, porque a pesar de todo, y sin importar a qué profesiones nos referimos, el diseñador gráfico requiere de personas que contribuyan en sus procesos de creación, así como ellos requieren de la colaboración del diseñador.

Según Frascara (2000), el diseñador gráfico necesita complementar sus conocimientos con otras disciplinas, para establecer una buena comunicación que permita el desarrollo integral dentro de los grupos de trabajo (p. 19). Es por eso, que dentro de cualquier entorno es fundamental aprender a recibir información desde cualquier disciplina que aporte en la construcción del diálogo en la empresa, y así poder desarrollar propuestas que alcancen las metas planteadas para el desarrollo de cualquier iniciativa. Teniendo en cuenta toda la explicación anterior, poco a poco esto nos dirige al concepto de transdisciplinariedad, una

parte fundamental encontrada en los procesos de comunicación dentro de los grupos de trabajo.

5.2 La Comunicación Transdisciplinar

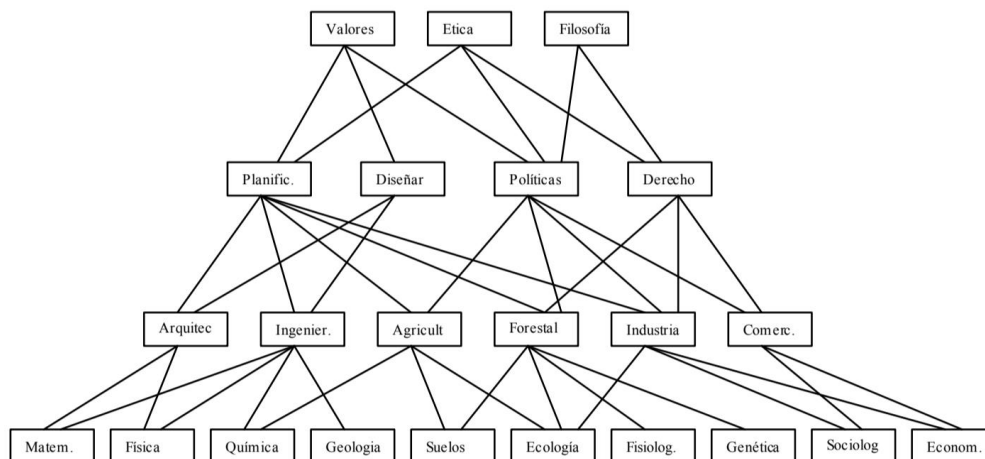
Para los equipos de trabajo es evidente que los objetivos que se plantean diariamente en cualquier área exigen un nivel de colaboración diferente. Ya que cada uno de los equipos depende de factores particulares tales como el presupuesto, el personal profesional, el tiempo de ejecución, los espacios académicos e incluso de las plataformas digitales que se requiere para el desarrollo de este mismo. Por lo tanto, cada uno de ellos solicita la participación de un grupo de profesionales de distintas disciplinas, en donde la comunicación transdisciplinar se vuelve el factor primordial de trabajo. Ahora según lo expresa Nicolescu (1996):

La transdisciplinariedad comprende, como el prefijo “trans” lo indica, lo que está, a la vez, entre las disciplinas, a través de las diferentes disciplinas y más allá de toda disciplina. Su finalidad es la comprensión del mundo presente, y uno de sus imperativos es la unidad del conocimiento. (pág. 37)

De esta manera, cada una de las disciplinas que forman parte de un equipo cumplen con un rol en específico, y para esto existe una estructura de formación y organización (Ver figura 1). Es decir, que todos los niveles que se encuentran dentro de la estructura responden a ciertas preguntas que finalmente de una u otra manera aportan al desarrollo de un proyecto. Donde evidentemente lo realizan desde su lenguaje propio de educación, conocimientos y experiencia. Siendo así la comunicación un factor fundamental para cualquier empresa. Ahora bien, visto de esta forma el enfoque principal de la comunicación transdisciplinar se basa en el intercambio de ideas.

Figura 1

Estructura de los diferentes niveles de las disciplinas



Nota: la figura muestra la estructura básica de la comunicación transdisciplinar. Fuente Neef (2004).

Es cierto que la comunicación transdisciplinar la evidenciamos diariamente en nuestras labores profesionales, pero también es cierto que muy pocas veces nos preocupamos por entender cuáles son las razones principales por las cuales necesitamos acercarnos a la investigación u observación de otras prácticas que no se asemejan a nuestra disciplina. Esto sucede porque finalmente el ser humano está acostumbrado a trabajar en equipo sin prestar atención a las metodologías investigativas que hacen parte de un buen trabajo de comunicación.

5.2.1 La transdisciplinariedad en el diseño gráfico

Ahora bien, Neef (2004) en su documento explica que “los diferentes niveles de realidad son accesibles al conocimiento humano con la ayuda de diferentes niveles de percepción” (p. 114). Esto se debe a que el ser humano está en la capacidad racional de recibir y transmitir distinta información sin que esté necesariamente relacionada con su disciplina. Siendo una de estas las razones principales por las cuales el diseñador gráfico está

educado para adaptarse y desarrollarse a los diferentes contextos que nuestra sociedad actual nos impone como son los ámbitos culturales, educativos, políticos, entre otros.

Evidentemente el diseñador gráfico actual tiene la necesidad de involucrarse directamente con las decisiones que se toman dentro de un equipo de trabajo. Por esta razón, este fue desarrollando actitudes de creador, desarrollador, productor, y ejecutor de productos y servicios. Así que, si lo vemos desde esa perspectiva, la gran mayoría por decir que todas las empresas hoy en día requieren a un profesional versátil que sea capaz de trabajar desde lo teórico hasta lo práctico, para así resolver problemas desde todos los contextos. Siendo este posiblemente el creador de instrumentos que se puedan aplicar en los equipos y mejorar sin duda alguna la comunicación.

5.3 Metodología de Diseño Gráfico

En este orden de ideas, es importante referir que “La palabra metodología representa la manera de organizar el proceso de la investigación, de controlar sus resultados y de presentar posibles soluciones a un problema que conlleva la toma de decisiones.” (González, s.f., p. 10). Por ello, específicamente hablando del diseño gráfico es imposible seguir una única ruta para resolver todos los problemas que se pueden presentar en los contextos, ya que como se mencionaba anteriormente esta tiene que adaptarse según las necesidades de cada cliente, comunidad con quien se esté trabajando.

Dentro de la disciplina del diseño gráfico actualmente muchos autores reconocidos han creado diversas metodologías que apoyan al desarrollo de procesos creativos, teniendo en cuenta que estas también pueden ser aplicadas como instrumento para otras disciplinas como: La metodología Agile software development (Desarrollo ágil de software) o Design Thinking, entre otras. Por tanto, se puede decir que el diseño gráfico está en la capacidad

crear y seguir ciertos procesos que ayudan a la organización, y estructuración de los procedimientos que requiere el desarrollo de actividades, campañas, proyectos, etc.

5.3.1 Metodología Agile

Pazmiño (2013) explica que la Metodología Agile es de gran efectividad para el desarrollo de cualquier trabajo, gracias a que tiene adaptabilidad en cualquier contexto (ver figura 2). Es decir, que puede enfocarse en un sin número de usuarios y no discriminarlo por criterios particulares (pág. 44). Es por esa razón que la metodología debe cumplir con varios criterios, como: el trabajo de forma ordenada bajo documentación, el trabajo bajo las exigencias del cliente, la construcción de interacciones con la tecnología. Y por último, la respuesta responsable y ética a las demandas y cambios que el plan exija en el transcurso del proyecto.

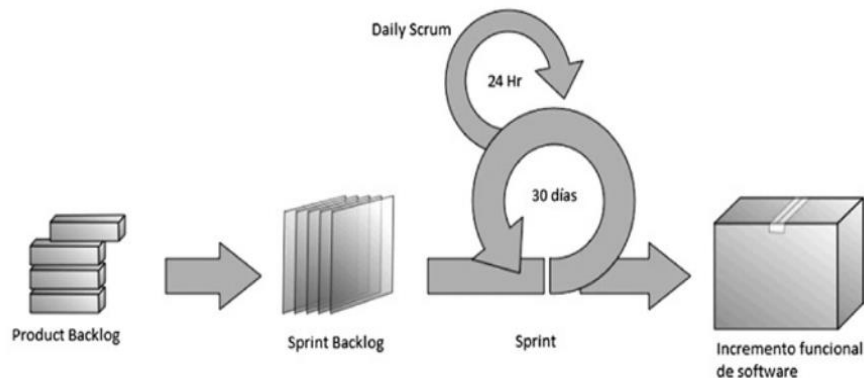
Para el desarrollo de esta metodología se exige el seguimiento de una serie de pasos. En primera instancia, se debe recibir las solicitudes de los clientes. Luego se sugiere la creación de un backlog del producto, es decir, la creación de listas con los pendientes, organizándose desde las tareas más importantes, hasta las que menos prioridad tienen dentro de las actividades a realizar. La programación de la reunión con todos los miembros del equipo es el siguiente paso, de esta forma se va a realizar la planeación de sprint inicial. Luego de esta reunión cada profesional se responsabiliza de una tarea en particular, para continuar con las reuniones diarias en las que se va a revisar, actualizar y retroalimentar el sprint según lo requiera el equipo de trabajo.

En resumen englobando lo dicho anteriormente, la metodología ágil nos permite un trabajo en equipo equitativo y realizado en tiempos de trabajo cortos que se dividen entre la autonomía y el trabajo colectivo. Con el objetivo de mantener al equipo actualizado con todas

las actividades que se deben realizar durante el proyecto, y así mismo potenciar la comunicación entre ellos.

Figura 2.

Metodología Scrum: Fases de un Sprint



Nota: Esta imagen explica los pasos que se deben seguir en la Metodología Agile teniendo en cuenta los tiempos estipulados para las reuniones.

5.3.2 Design Thinking

El Design Thinking, como su nombre lo indica se traduce en pensamiento de diseño, el cual trasciende a diferentes áreas del conocimiento, en ese orden de ideas Serrano y Blázquez (2014) explican en su libro lo siguiente:

El Design Thinking es una manera de resolver problemas reduciendo riesgos y aumentando las posibilidades de éxito. Empieza centrándose en las necesidades humanas y a partir de ahí, observa, crea prototipos y los prueba, consigue conectar conocimientos de diversas disciplinas (psicología, sociología, marketing, ingeniería...) para llegar a una solución humanamente deseable, técnicamente viable y económicamente rentable. (pág. 17)

La anterior cita nos introduce de manera específica al mundo del Design Thinking, haciendo una mención concreta al entendimiento de las necesidades humanas para desarrollar

las fases dentro de la metodología. Esto implica una solución en beneficio de la sociedad y las necesidades presentadas internamente en las empresas, es aquí donde juega un papel fundamental para los equipos de trabajo en cualquier entorno, puesto que como indican los autores hay muchas disciplinas trabajando juntas, esto representa una mayor facilidad en ser aplicado en varias partes, como por ejemplo la universidad.

En la metodología existen una serie de pasos que no son lineales y los cuales se llevan a cabo en diferentes formas. El Design Thinking cuenta con gran variedad de herramientas para usar en cada paso y hay pasos que se pueden saltar dependiendo de la situación. Los pasos en las metodologías son los siguientes: (ver figura 3) Comprender, empatizar, definir, idear, prototipar, testear e implementar.

Es importante mencionar que las tres primeras fases hacen una exploración del usuario y los problemas que lo aquejan, para así poder comprender la situación actual con la que se puede trabajar. Desarrollando esto desde métodos de observación que nos permiten establecer un proceso de creatividad y selección en conjunto con los diferentes profesionales, en donde se tendrá la oportunidad de idear y prototipar mediante la unificación de ideas. Una vez el equipo termine con estas fases, se procederá con una etapa de testeo que prioriza la opinión de los usuarios para que así el equipo pueda complementar su proceso con el conocimiento de las personas implicadas. Ya para terminar, se implementará el producto con las modificaciones arrojadas en el testeo.

El Design Thinking cuenta con un gran número de herramientas de trabajo. Las cuales apoyan en el desarrollo de las fases anteriormente mencionadas, siendo cruciales para obtener mejores resultados a la hora de la implementación. Algunas herramientas que podemos encontrar en esta metodología son: Entrevistas cualitativas, mapa de actores, mapa de empatía, storyboard, lluvia de ideas y encuestas.

Figura 3*Proceso de Design Thinking*

5.4 Herramientas tecnológicas para la comunicación

En términos generales la tecnología ha sido un apartado que ha incrementado su presencia en diversos entornos, tales como el educativo, el laboral, el social, entre otros. Gracias a esto hemos sido testigos de la necesidad de estar innovando constantemente en la creación de nuevas herramientas que favorezcan en cualquiera de los contextos en los que se pueden llegar a ver inmersas las personas.

Tomando en cuenta el momento en el cual se encuentra la sociedad actualmente y la importancia de los medios digitales, Cobo (2009) afirma que las TIC's es un requisito que se debe tener en cuenta para tener un proceso de aprendizaje exitoso, ya que de esta forma se pueden poner en práctica ciertas habilidades y competencias que reafirman la importancia de la multidisciplinariedad y la transdisciplinariedad. Por otro lado, Ruiz et al. (2015) nos explican que para el uso de las TIC en trabajos de equipo se requiere de otros factores como el internet, los cuales hacen posible el intercambio de conocimientos, así mismo estas herramientas tecnológicas incentivan a la comunicación, colaboración y participación activa.

En resumen, resulta evidente que las herramientas tecnológicas son un medio de apoyo para la comunicación, donde se posibilitan y se favorecen las relaciones interpersonales en el intercambio de información. Dado que la interacción entre los medios

tecnológicos y el ser humano se presenta de manera más natural, donde es inevitable que poco a poco la tecnología se empiece a implementar con más frecuencia en los contextos donde antes no llegaba.

6. Discusión

6.1 Comunicación transdisciplinar en los Departamentos

El proceso de comunicación transdisciplinar que se lleva a cabo dentro de los Departamentos de Gestión del Talento Humano (D.G.T.H) y Departamento de Promoción y Bienestar Institucional (D.P.B.I.), se evidencia gracias a la importancia que se les da a todos esos procesos que aportan al buen funcionamiento del trabajo en equipo entre las diferentes disciplinas. Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente, la transdisciplinariedad consiste en ir más allá de la profesión misma para construir ideas en grupo.

Dentro de este orden de ideas, encontramos que en los dos Departamentos manejan procesos de comunicación con ciertas diferencias que funcionan, pero así mismo presentan ciertos tropiezos a la hora de su realización. Por lo tanto, en cada Departamento se identificó lo siguiente: En el D.P.B.I hay un entendimiento constante que se transmite desde el director hasta los grupos de trabajo. Pero, aunque existe una jerarquía preestablecida, no necesariamente implica que esta se aplique al pie de la letra en el desarrollo de cada iniciativa, dado que todos tienen voz y voto para brindar ideas a cualquiera de las áreas desde el campo en el cual se desempeñan sus conocimientos, lo que valida la importancia de la transdisciplinariedad en cualquier área de trabajo que beneficie a la comunidad tomasina en general.

Por otro lado, la intervención en el D.G.T.H dentro de las diferentes áreas suele ser un poco más hermética. Esto se refiere a que las áreas que componen el Departamento no están constantemente ideando actividades en conjunto, lo cual se debe a que cada área trabaja con

equipos propios compuestos de diferentes niveles disciplinarios. Es decir, que todos estos procesos se pueden trabajar internamente en las áreas de manera transdisciplinar, potenciado con el constante contacto con entes externos fuera del Departamento, caso tal de Cafam, Colpensiones y otros. Lo que implica saber escuchar y construir las iniciativas con personas incluso fuera de los equipos preestablecidos y de la universidad misma, siendo esto de vital importancia en el target con el cual se quiere trabajar, que en su mayoría es la población laboral de la USTA.

De esta manera, las falencias que se identifican dentro de los equipos de trabajo radican en el manejo del flujo de información. Esto se puede evidenciar teniendo en cuenta nuestros procesos a la vez que la experiencia de dos egresadas de la facultad, las cuales realizaron sus prácticas en la Universidad. Luque y Arias (2020) demuestran en su reflexión que esta problemática es repetitiva en los Departamentos, ya que no se cuenta con la información concreta de los proyectos, lo cual dificulta desde el inicio todo el proceso (p. 24).

Como consecuencia, notamos que los procesos de comunicación transdisciplinar se ven afectados en la medida de que va pasando por diferentes filtros rompiendo la comunicación, lo que resulta difícil para el tratamiento de los datos cuando llega a las manos de los colaboradores que no están al tanto de lo ya propuesto. Con lo anterior, encontramos que algunos de los profesionales quedan excluidos en la toma de decisiones frente a las etapas de creación, desarrollo y divulgación de las actividades de cada Departamento, siendo un factor que influye negativamente en la motivación del trabajador a la hora de realizar su labor.

En relación a lo ya dicho, los Departamentos deben adaptarse al contexto que la Universidad Santo Tomás requiere como una entidad educativa enfocada en el bienestar de toda su comunidad. Dando cuenta que ambos Departamentos manejan responsabilidades, públicos objetivos, y requerimientos diferentes. Sin embargo, es necesario recalcar que para

ambos es fundamental el manejo de la comunicación transdisciplinar en la medida que la iniciativa lo requiera. Toda la experiencia vivida en los últimos meses, nos deja enseñanzas generales con base a la comunicación previamente nombrada, una de esas lecciones es que el trabajo en equipo es fundamental para el desarrollo de cada actividad, pero esto no quiere decir que se debe dejar a ningún colaborador por fuera, porque como ya se ha dicho anteriormente, todo profesional es importante. Por otro lado, un proceso bien organizado implica un mejor rendimiento por parte de todos y así mismo una mejor motivación, cosa que identificamos nosotros al ser incluidos en algunos proyectos desde el momento inicial.

6.2 El rol del diseñador gráfico

Pensar sobre el rol del diseñador es un cuestionamiento permanente, tanto en el proceso formativo como en el momento de enfrentarse al mundo laboral. Esto se debe a que en los respectivos puestos de trabajo existe un desconocimiento del rol que actualmente tiene la profesión en contextos teóricos y prácticos. Sin embargo, en el transcurso de la práctica nos encontramos ante situaciones de importancia que nos hacen reflexionar sobre las aportaciones realizadas por el diseñador en los equipos de trabajo. Las cuales no se refieren únicamente al campo visual, sino a un compendio de herramientas, habilidades comunicativas y pensamientos que hacen de nosotros unos profesionales íntegros.

Con respecto a lo dicho previamente y enfocándonos en los Departamentos, evidenciamos que la labor del diseñador tomasino se ha convertido en parte de una estrategia comunicacional que implica un rol de soporte a las actividades planeadas por otros profesionales. En consecuencia, esta labor pasa a ser secundaria y ajena a ciertos procesos como la planificación y ejecución de las actividades. Por lo tanto, esto se contrapone al perfil que brinda la facultad a sus egresados y no permite solidificar los conocimientos adquiridos durante la carrera.

Esto demuestra que en los entornos laborales no se tienen en cuenta las aptitudes aprendidas que deberían caracterizar a un egresado de la universidad. No obstante, el dilema radica en el entorno en donde se desempeñan las actividades de trabajo, y no en el sitio de enseñanza donde se adquieren los conocimientos. Acorde con esta idea, se considera pertinente mencionar la misión establecida en el P.E.P del programa de diseño gráfico (2016), el cual nos dice lo siguiente:

Atendiendo los principios humanistas de Santo Tomás de Aquino, el programa de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás forma diseñadores gráficos profesionales integrales que formulan y desarrollan proyectos desde la comunicación visual a la luz de una metodología problémica, con procesos investigativos e interacción con el medio externo a favor de una formación contextualizada. (p. 11)

Considerando la misión de la facultad, y entrando en un punto de reflexión personal sobre la evolución que hemos tenido como estudiantes de la USTA, hay una serie de etapas que hemos recorrido para la maduración de ideas en torno a la carrera. Lo que implica de por sí un avance considerable en la gestión de procesos que son necesarios para expandir las barreras del rol secundario como diseñadores. Incentivándonos a ser propositivos en la mejora de la calidad trabajo en los equipos, haciéndonos escuchar mediante un verdadero papel equitativo que nos permita hacer parte de la investigación, toma de decisiones, la planificación de iniciativas, y la creación de metodologías que se engloban en el marco de la comunicación transdisciplinar manejada dentro de los Departamentos.

6.3 Procesos metodológicos en el D.G.T.H y el D.P.B.I

Desde una perspectiva más general, el D.G.T.H. y el D.P.B.I deberían contar con un plan para que la información llegue satisfactoriamente a todos sus profesionales, pero evidentemente esto tiene grandes falencias a la hora ser difundida mediante las herramientas

digitales. De lo cual surge una necesidad por entender cómo son llevados a cabo los procesos y el manejo de los canales de comunicación entre los equipos.

Lo anterior lo vamos analizar con la ayuda de dos piezas gráficas diseñadas para diferentes iniciativas en las que dan cuenta de dicha problemática. Las piezas en cuestión son:

Figura 4.

Pieza gráfica para la celebración del día del niño Tomasino Multicampus, D.P.B.I.



Esta pieza gráfica fue solicitada inicialmente por de D.P.B.I de la ciudad de Bogotá para la sede principal de la Usta. Esta fue diseñada con el propósito de informar a toda la comunidad tomasina sobre la actividad que se desarrolla en celebración del día de los niños, siendo esta una festividad importante para todos los integrantes de la comunidad Tomasina.

Para la ejecución de esta actividad, se realizó una reunión con los coordinadores de las áreas que organizan los diferentes talleres. Una vez finalizada dicha reunión, el director concluyó que era importante involucrar las sedes de Tunja, Bucaramanga, y Villavicencio, dado que se podría llegar a más integrantes de la Universidad. Sin embargo, esta decisión fue tomada apresuradamente y la información no fue difundida correctamente a los profesionales que iban a participar en dicha iniciativa.

A consecuencia de esto, la pieza gráfica que se diseñó en un principio como invitación se convirtió en la programación de la actividad. Desde luego, fue difícil que todos los miembros del equipo llegarán en tan poco tiempo a un acuerdo mutuo, lo que retrasó la difusión de la información vía Mailing y redes sociales. Finalmente, la pieza gráfica fue modificada varias veces reiterando que la información aún no había sido confirmada, afectando así la línea gráfica, los elementos visuales, el tiempo de difusión.

Figura 5

Pieza gráfica de pasos para reportar en caso de COVID-19, D.G.T.H



La pieza inicialmente fue solicitada por parte del Área de Seguridad y Salud en el trabajo como un rediseño total de una previamente desarrollada por el anterior practicante. En primer lugar, se estableció una reunión virtual para discutir sobre el tema, cuestión que fue demasiado complicada por diferentes factores como la realización del empalme con la iniciativa, para lo cual se contextualiza por parte de la coordinadora de área sobre que se estaba haciendo y con qué objetivos.

Al no existir un documento que diera cuenta de los requerimientos fue difícil hacerse una idea clara de la pieza en medio de la reunión y posterior a ella, debido a esa falencia, fue necesario la constante comunicación con una de las personas del grupo para estar pidiendo información nueva. A su vez ella tenía que pasar las preguntas a otra persona encargada de evaluar y enviar sus observaciones, siendo un proceso demorado que retrasaba la elaboración de la pieza, así como la culminación del objetivo de la iniciativa.

En el transcurso del proceso se realizaba la pieza nueva y así mismo se requerían cambios constantes en los textos dentro de la misma, pero se usaba otra vez la metodología de envío a una persona del grupo por herramientas como WhatsApp, y luego ella lo transmitía a la coordinadora y así mismo ella los transmitía a otras personas involucradas. Al observar lo lento que resultaba el tema, se sentía frustración por no hacer las cosas eficientemente, a su vez había gran restricción en la capacidad de proponer cosas nuevas al no estar en sintonía con todo el equipo, siendo relegado el diseño a un plano meramente técnico, de soporte. Por estas razones la pieza final tardó un mes y medio en divulgarse, lo que afectó el objetivo de salir lo más pronto posible para toda la comunidad.

En resumen, las dos experiencias demuestran que no hay una metodología comunicativa que beneficie a todos los miembros del equipo. Esto se evidencia al transmitir la información del proyecto a los profesionales de un nivel jerárquico menor, un ejemplo somos nosotros, al ser diseñadores gráficos no hacemos parte del grupo principal que toma las decisiones, es decir que no tenemos una injerencia directa al momento de plantear una nueva iniciativa. Es allí, cuando se empiezan a ver las falencias comunicativas que expresamos en nuestro análisis de las piezas, lo que luego va a generar que se retrasen las cosas, que cambien a último momento y en general que todo el equipo este en constante estrés laboral.

Como consecuencia a lo ya dicho, se genera desorden en los procesos que se requieren para el desarrollo de cualquier proyecto, afectando no únicamente al Departamento sino a ciertos actores externos e internos que se ven involucrados en la actividad a desarrollar. Estos pueden ser la comunidad estudiantil, administrativa y educativa que cuenta con la disposición de dicha actividad para cumplir un objetivo específico como capacitarse, aprender o divertirse.

6.4. Metodología EDDR

Como se ha planteado durante todo el análisis, la elaboración de una metodología es pertinente en la medida que aporte con instrumentos y herramientas a enriquecer las relaciones de trabajo en cada una de las áreas. Encontrando el camino más adecuado hacia la meta de una comunicación transdisciplinar fluida, que motive la participación activa y propositiva de todos los campos del conocimiento involucrados.

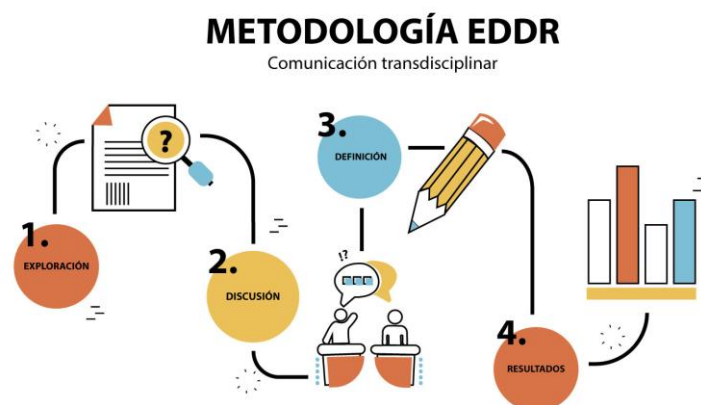
En este sentido se presenta la metodología EDDR que busca optimizar los procesos mencionados con anterioridad. Esta se construye desde referentes como el Design Thinking y el Agile, de los cuales se identificaron elementos cruciales para abordar la importancia del pensamiento del diseñador frente a el desarrollo de actividades que generen impactos y resultados en un grupo específico de determinadas organizaciones. Desde la metodología Agile se tomo como referencia el tiempo que se le invierte a la organización de cualquier iniciativa, ya que no es necesario permanecer en reuniones largas que no llegan a ninguna conclusión. Es por eso que la metodología planteada en este documento busca que las decisiones sean tomadas en el menor tiempo posible, y que todos los integrantes puedan participar.

El EDDR cuenta con cuatro fases distintas, en las que encuentran la exploración, discusión, definición y resultados (ver figura 6) para cualquier iniciativa a realizar. Para cada

una de las etapas es importante mencionar que se usaron diferentes herramientas digitales cuyo factor diferencial radica en la dinámica con la que se pueden emplear, y aportar así una perspectiva más enfocada al trabajo grupal, sin la rigidez de las herramientas ofimáticas.

Figura 6

Metodología EEDR: Fases de la metodología comunicación transdisciplinar.



Nota: La imagen muestra los pasos de la metodología EEDR, planteada por nosotros.

Teniendo en cuenta las facilidades que nos brinda la tecnología y más en estos tiempos de trabajo en casa, se decide utilizar una herramienta interactiva principal, mediada por otras complementarias, que se adapten y que cumplan con las necesidades de comunicar la información a todos miembros del equipo. A la vez que ellos estén participando activamente en la creación, desarrollo y ejecución de las iniciativas. Para la metodología se decide utilizar principalmente Jamboard, un tablero digital con diversas alternativas que se pueden utilizar por varias personas a la vez, siendo esta muy intuitiva. Además, permite una organización constante al estar enlazada con la herramienta de Meet en reunión en vivo y a su vez con los correos electrónicos institucionales, evitando que así la información sea vista por personas externas a la institución, a no ser que lo amerite el caso.

Para empezar, la fase de exploración tiene como objetivo documentar la información más relevante en el menor tiempo posible (30 minutos aproximadamente), la cual se va a

realizar mediante un briefing editable (ver anexo 1), ya que de esta manera todos los integrantes del equipo tendrán los requerimientos en un solo documento interactivo, y será más organizado el proceso para el desarrollo de cualquier campaña. Para el brief se necesita la presencia únicamente del encargado de realizar las actividades y de la persona del área quien solicita. Para este paso se requiere: El objetivo del proyecto, quien es la persona y área que solicita, los datos del equipo que se requiere para la ejecución del proyecto o actividad, la fecha de inicio y final, el presupuesto, la actividad a realizar como (conferencias, charlas, talleres, capacitaciones, etc.), el público objetivo, y se dejará un espacio para la información extra que se requiera registrar.

En segundo lugar, la fase de discusión busca que todos los participantes colaboren activamente en la complementación de la información. Esto con el propósito de conocer los puntos de vista de cada uno, y llegar acuerdos que permitan la toma de decisiones. Para el desarrollo de esta fase se programará una reunión virtual por Google Meet de 15 a 20 minutos, en la que se hará un diálogo entre todos los participantes. Esto se elaborará mediante una actividad corta, que permita documentar las ideas del equipo (ver anexo 2), en la herramienta principal usada durante toda la metodología.

La actividad se va a registrar con la siguiente información: el nombre de la iniciativa, debido que esto genera una apropiación del proyecto tanto para el equipo como para el público objetivo. Conceptos importantes (ideas, colores, palabras, etc), puesto que cada idea es valiosa en la medida que el dialogo ayuda a construir las bases de la campaña y sus posibles identificadores. Propuestas desde la profesión, ya que cada campo del conocimiento aporta diferentes maneras para abordar una problemática, entenderla y solucionarla. Por otro lado, habrá un apartado para colocar ideas de divulgación, teniendo en cuenta que el público objetivo varía dependiendo de factores, como contexto social, edad, entre otros que pueden afectar la manera en la cual consumen un mensaje. Por lo tanto se puede decir que este paso

es una forma propicia de llevar la lluvia de ideas presentada desde el Design Thinking en un formato más asertivo para el espacio de trabajo en el cual nos encontramos.

La fase de Definir, inicia una vez finalizada la etapa de discusión, se continuará en la misma reunión y esta se extenderá entre 20 a 30 minutos que varían según la dificultad del proyecto. Para esto, se va a usar una plantilla (ver anexo 3) en la herramienta Jamboard para que así todos los profesionales puedan tener la información a la mano y no presentar problemas a la hora de revisar. Ahora bien, un solo integrante del equipo deberá diligenciar este formato durante la reunión, a medida que esta se va desarrollando, porque si todos los que están presentes en la reunión editan al tiempo, habrá caos en el proceso. La información que se requiere es: número del documento, fecha de la reunión, los roles de cada profesional dentro del equipo de trabajo (nombre, rol en la iniciativa, tarea específica), fecha de realización de la actividad, link de la reunión, el medio para difundir la información al público y los requerimientos específicos de la iniciativa (materiales, espacios, permisos, herramientas externas, tecnología, etc).

De igual forma, si se requieren nuevos espacios para realizar modificaciones, solicitar información, avances, entre otros. La metodología está en la capacidad de adaptarse a esas necesidades, gracias a que la herramienta utilizada permite estar en constante corrección de las plantillas sin tantos inconvenientes.

En la última fase, se revisarán cuáles fueron los resultados obtenidos durante todo el proceso (ver anexo 4). En primera instancia, es necesario que se evalúen las fortalezas y debilidades de la campaña, y así identificar los puntos que se deben mejorar para el desarrollo de las siguientes actividades. En segunda instancia se hace una evaluación cualitativa para evidenciar si fue satisfactoria o no la iniciativa. Además, tendrá la opción de evaluar el proceso metodológico (ver anexo 5) por parte de todos, que permita definir qué aspectos se pueden mejorar, así como herramientas nuevas que funcionen dentro del proceso, con el fin

de que esta pueda ir evolucionando constantemente según las necesidades de los equipos. Por último, el solicitante contará con la opción de descarga en formato PDF, el cual hace que exista la evidencia de los procesos realizados, siendo vital para el registro de actividades en los Departamentos.

En relación a las problemáticas expuestas, podemos concluir que para cualquier área de trabajo es fundamental la comunicación interna y externa dentro de los equipos. Por otro lado, este mismo argumento aplica dentro los Departamentos en los cuales se desarrollan las prácticas, sitios donde la comunicación transdisciplinar es aún más importante. Esto se debe a los posibles alcances que pueda llegar a tener un proyecto dentro de la Universidad, gracias a la construcción del conocimiento entre todos y traspasando las barreras que impone pertenecer a x o y profesión.

En consecuencia, se requería potenciar de manera sencilla aquella comunicación, para lo cual el planteamiento de la metodología EDDR supuso ser la mejor opción, teniendo en cuenta las falencias mencionadas durante todo el documento y que han sido repetitivas por varios Departamentos dentro de la universidad. Se debe aclarar que este documento como lo indica el objetivo principal solo llego al planteamiento de la metodología, por cuestiones de tiempo no se avanzo a una etapa de implementación, lo que nos lleva a reflexionar sobre las posibilidades que se pueden generar a partir de la aplicación futura de la metodología. Siendo interesante también para la comunidad tomasina poder tomar estos documentos, y continuar en la exploración de esas estrategias que parten desde los conocimientos de los estudiantes y que pueden llegar a un resultado que mejore la problemática.

En ese orden de ideas, es primordial para nosotros recalcar que como diseñadores de la USTA podemos proponer iniciativas, metodologías, campañas, herramientas y muchas cosas más que den cuenta de nuestras habilidades en el campo creativo, investigativo y propositivo. Donde no solamente nos dejen encasillados en un rol secundario, sino que

pasemos a ser parte importante de los equipos de trabajo, logrando así cumplir con las funciones misionales de la Facultad de Diseño Gráfico en la Universidad.

Bibliografía

- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Metodología del diseño* (1st ed., p. 6). Barcelona: Parramón.
- Arias, S., & Luque, G. (2020). *Creación de un protocolo para la gestión y optimización del proceso de diseño en los proyectos gráficos de los departamentos y unidades de la Universidad Santo Tomás* (Pregrado). Universidad Santo Tomás. from <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/33326/2020sandraarias.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cobo, J. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. *ZER*, (27), 313. Retrieved 17 April 2021, from <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/2636/2184>.
- Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación* (7th ed., p. 19). Buenos aires: Ediciones infinito.
- Fowler, M., & Highsmith, J. (2001). *The Agile Manifesto*. (J.E Turizo, Trad.).Bogotá,CD.
- González, M. (s.f.). *Metodología del Diseño* (Licenciatura en Diseño Gráfico). Universidad de Londres.
- Mora, L. (2019). *La construcción de la comunicación gráfica desde un ejercicio humanista del diseño*. Universidad de Guadalajara.
- Neef, M. (2004). Fundamentos de la transdisciplinariedad. *Lectiva*, (6), 114.
- Nicolescu, B. (2002). *Manifesto of transdisciplinarity* (1st ed., p. 37). Albany: State University of New York Press. (M.V Gómez, Trad.). México,MX.
- Pazmiño, D. (2013). *Metodología para la adaptación de agile en la implementación de una aplicación* (Pregrado). Universidad Israel.

- P.E.P. (2016). Proyecto Educativo del Programa. Diseño Gráfico, División de Ciencias Sociales. Recuperado de: Documento pdf suministrado por la Universidad Santo Tomás
- Rodríguez, E. (2008) ¿Qué es el humanismo? Problemática de la formación humanística. *Análisis. Revista Colombiana De Humanidades*, (72), 100. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=515551759007>
- Ruíz, E., Martínez, N., & Galindo, R. (2015). *El aprendizaje colaborativo en ambientes virtuales* (1st ed., p. 28). Editorial Centro de estudios e investigaciones para el desarrollo docente. Cenid AC Pompeya.
- Serrano, M., & Blázquez, P. (2014). *Design Thinking* (1st ed., p. 17). Alfaomega Grupo Editor.

8. Anexos

8.1 Anexo 1. Fase de exploración Metodología EDDR

FASE DE EXPLORACIÓN

Solicitante Área del Departamento

Objetivo del Proyecto

Información del equipo

Nombre	Profesión	Correo Institucional

Actividades a Realizar

☐ Conferencia ☐ Evento

☐ Taller ☐ Otros

☐ Capacitaciones

Fecha de Inicio **Fecha de Término**

Presupuesto

Público Objetivo

Información para tener en cuenta

8.2 Anexo 2: Fase de discusión Metodología EDDR

FASE DE DISCUSIÓN

Nombre de la iniciativa

Para realizar la discusión se recomienda utilizar la herramienta de post-it que nos ofrece Jamboard

Conceptos Importantes

Preguntas desde la profesión

Ideas de divulgación

8.3 Anexo 3: Fase de definición Metodología EDDR

METODOLOGÍA EDDR: UN PASO MÁS CERCA A LA COMUNICACIÓN ...

FASE DE DEFINICIÓN

del Doc Fecha de la reunión



Rol de cada Profesional del Equipo	Rol en la iniciativa	Tarea específica

Fecha de la actividad

Link de la reunión / actividad

Medio de difusión de la información

Requerimientos específicos de la iniciativa

8.4 Anexo 4: Fase de discusión Metodología EDDR

METODOLOGÍA EDDR: UN PASO MÁS CERCA A LA COMUNICACIÓN ...

FASE DE RESULTADOS

Nombre de la iniciativa



 Fortalezas 	 Debilidades
 Aspectos a mejorar 	 Evaluación cualitativa ☐ Satisfactoria ☐ Ni satisfactoria, ni insatisfactoria ☐ Insatisfactoria

8.5 Anexo 5: Evaluación de la Metodología EDDR

jamboard.google.com/d/1uhHXZ9iZ2iJckFYhq0MB4UORqdqRteMf4qVjQQYu4/viewer?ts=5

METODOLOGÍA EDDR: UN PASO MÁS CERCA A LA COMUNICACIÓN ...

Establecer fondo | Borrar marco | Abrir en un Jamboard

EVALUACIÓN DE LA METODOLOGÍA

Aquí se evaluará el proceso metodológico de la iniciativa.

Optional

Aspectos a mejorar de la metodología

Evaluación cualitativa del proceso metodológico

☐ Funciona
☐ Ni funciona, ni no funciona
☐ No funciona

Herramientas que faciliten la metodología

Evaluación cualitativa de las herramientas usadas

	Funciona	No funciona
Briefing	☐	☐
Jamboard	☐	☐
Lluvia de ideas	☐	☐
Reunión virtual	☐	☐

8.6 Anexo 6: Link de la metodología EDDR en Jamboard

<https://jamboard.google.com/d/1uhHXZ9iZ2iJckFYhq0MB4UORqdqRteMf4qVjQQYu4/edit?usp=sharing>