



Autor:

Jeyson Stiven Arevalo Mora.

Director de trabajo de grado:

Daniel Martínez Molkes

Proyecto:

Integración participativa
para la construcción colectiva

Universidad Piloto de Colombia
Facultad de Arquitectura y Artes.
Programa de Diseño Gráfico
Bogotá, Colombia
2019

1. Agradecimientos

Este proyecto fue culminado gracias al apoyo que me brindaron mi familia, en los momentos de gran trabajo, donde confiaron en mí y en mis capacidades. Agradezco a los integrantes del Colectivo Aitue por abrirme las puertas para poder trabajar como equipo y hago una mención especial al guía Daniel Martínez Molkes, por brindarnos su interés en los proyectos, por sacar tiempo de su vida para colaborar en el proceso y ´por tomar una postura como padre, tanto de los proyectos como por las relaciones con los estudiantes.

2. Introducción

La inteligencia colectiva es una facultad social y mental que permite aprender, entender, razonar, tomar decisiones y formarse una idea determinada de la realidad a partir de las diferentes posturas o perspectivas de las personas. Este tipo de inteligencia, se caracteriza por desarrollar procesos en comunidad, otorgando como resultado una suma de diversas soluciones para temas en común. En este ámbito, uno de los principales enfoques pedagógicos que apunta al desarrollo de la inteligencia colectiva, especialmente en los entornos comunitarios es la educación popular. La cual surge con el fin de construir ideas y aprender mediante la experiencia del diario vivir, de las influencias con los entornos que nos rodea.

En este orden, diferentes grupos sociales surgieron de la necesidad por solucionar problemas comunitarios, adoptado el enfoque de educación popular para llevar a cabo diferentes procesos de conocimiento territorial y social. Tal es el caso del colectivo Aitue que en el año 2010 surge como una entidad sin ánimo de lucro, en la localidad 4 de San Cristóbal, que busca brindar soluciones a las problemáticas de la comunidad, a partir de la generación de espacios de formación, evaluación y planeación comunitaria que promuevan la cultura y la paz, siempre desde el diálogo con los habitantes de los barrios de San Cristóbal.

Mediante el intercambio de información que se logra en los talleres y los espacios para los diálogos planeados, el colectivo Aitue logra acercarse a la comunidad que proyecta trabajar a futuro, conocer sus entornos, sus capacidades, experiencias, puntos de vistas y demás información sobre la situación del contexto que les rodea. Esta información es de gran utilidad, y con ayuda de la comunidad, se planean posibles soluciones que logren un aporte a la solución de

problemáticas sociales detectadas, como lo son la delincuencia, consumo de sustancias psicoactivas, mala disposición de basuras, desempleo e ineficiencias en el transporte público. Estas son diferentes problemáticas que comparten en común varios barrios de la localidad de San Cristóbal, como lo han detectado el colectivo Aitue mediante el trabajo que han realizado durante 9 años.

Es en este punto, donde surgen diversas preguntas investigativas como, ¿por qué el interés en crear taller y diálogos?, ¿cómo el diseño gráfico puede intervenir en estos procesos de soluciones colectivas?, ¿cómo la imagen puede incidir en la construcción de soluciones?, ¿Cuáles son los actores que rodean este trabajo social? Preguntas que incidirán en el proyecto, que, con su solución, podrán aclarar, y delimitar la situación a transformar y empezar a proyectar un rumbo al cual orientar, con el fin de aportar a los objetivos de Aitue.

3. Delimitación:

Este proyecto está planeado para desarrollarse en el primer semestre del año 2019, en colaboración con los integrantes de Aitue. El objetivo de este colectivo social (Aitue es un grupo de 11 personas, entre universitarios, trabajadores y jefes de hogar), es la creación de espacios para los diálogos, recopilando y analizando información sobre problemáticas comunitarias, buscando crear posibles soluciones con ayuda de los participantes a los talleres desarrollados por Aitue.

¿Qué es Aitue y cuáles son sus objetivos?

El Colectivo Aitue viene trabajando desde el año 2010 en varios barrios de la localidad de San Cristóbal como son: Triángulo Alto y Bajo, Manantial, Quindío, San Cristóbal, Vitelma y Buenos Aires. Hemos desarrollado labores alrededor del reencontrarse entre los vecinos y fomentar espacios de encuentro e integración que permitan conocerse más y crear redes de afectos y Solidaridad. Nuestros ejercicios se fundamentan en la educación popular buscando soluciones a las problemáticas que la misma comunidad identifica. Colectivo Aitue. (2018). *Anexo 1 – Formato para la presentación de propuestas. Programa Distrital De Estímulos.* Trabajo presentado en el barrio Buenos Aires, Bogotá, Colombia.

¿Cómo se planean las actividades que desarrollan para las comunidades?

El colectivo social Aitue posee fases de planeación que han desarrollado internamente para la ejecución de sus diferentes actividades o talleres, las cuales se expondrán en el siguiente párrafo:

Escuela anual: Se evalúa entre los integrantes (aproximadamente son 11 personas internas que lideran el colectivo Aitue) los procesos de transformaciones que han realizado en ocasiones

anteriores en los barrios trabajados, para poder asumir mejoras en los futuros proyectos basados en las dificultades que se presentaron con la ejecución de actividades.

Rompiendo el hielo: Este es un espacio donde con un grupo definido dentro de los integrantes de Aitue, pasan de casa en casa, dentro de un barrio, con el fin de lograr un primer acercamiento con las familias involucradas, que, para efectos de este proyecto, se destinó el trabajo realizado en el barrio Buenos Aires de la localidad de San Cristóbal. De esta socialización se obtiene información sobre un primer inicio de las problemáticas que la misma comunidad ha detectado en su diario vivir.

Capacitación: Una vez teniendo en claro la problemática a tratar en el barrio seleccionado, se procede a realizar una investigación del tema para abundar en información que desconocen, mediante trabajo autónomo o bien, a través de un experto en el tema que pueda aportar conocimiento al proyecto. Dado el caso que el colectivo Aitue ya haya trabajado con la temática, se socializa información y procesos dentro de los integrantes del colectivo.

Diálogo: Con la participación de pocos integrantes de Aitue, se dirigen a casas de los habitantes a realizar nuevamente un diálogo con niños, adolescentes, padres de familia, con actividades como las “chocolatadas”, que motivan una charla placentera, compartiendo una bebida caliente otorgada con recursos propios del colectivo, con el fin de generar espacios de diálogo dentro del hogar, para obtener información de las problemáticas del barrio, y de experiencias con un grupo pequeño de familias.

Planeación: Con toda la información recopilada con las personas que lograron tener un contacto con el colectivo, se procede a realizar la planeación de los talleres que se va realizar entorno a la problemática a trabajar, (que para el caso de este proyecto se determinó el taller de

consumo de sustancias psicoactivas SPA, debido a que es este el taller con mayor experiencia de trabajo en las comunidades de los barrios de la localidad de San Cristóbal).

Divulgación: Ya teniendo claro la actividad, el día, hora y lugar, se procede a realizar el diseño de las invitaciones, o bien su comunicación externa, donde por medio de herramienta como Power Point, se diseñan las piezas gráficas comunicativas, que se imprimirán y colocarán en postes de luz, se compartirán también mediante Facebook, en la página oficial y en WhatsApp por cuentas personales. Cabe destacar que pese se menciona que existe una imagen no estructurada de Aitue, mi enfoque con el proyecto busca profundizar aún más en los procesos de las actividades, diálogos, Co-creación y no se centra en la imagen actual que los representa.

Talleres: Los diferentes talleres de Aitue están destinados a platicar sobre problemáticas detectadas por la comunidad y por Aitue, los cuales se han evidenciado que son; el consumo de SPA, mala disposición de basuras, inseguridad, desempleo, transporte público, entre otros, en donde Aitue evidenció, una falta de participación de la comunidad en los talleres tratados. Lo cual impide obtener un conocimiento claro del panorama general del barrio, frente a la problemática, a través de las voces de la misma comunidad

El proyecto, se dirigirá en la fase **de intercambio de información** en los **talleres** realizados con la comunidad de barrio Buenos Aires, los cuales se plantean de manera secuencial, con el fin empatizar cada vez más con las personas, y así poder obtener información de temas difíciles de hablar, llamados temas tabú.

Cierre: Una vez culminado el ciclo de los talleres planeados, se procede a planear y a realizar la gran actividad de cierre, en la cual consiste en realizar una exposición fotográfica sencilla al aire libre en la cancha del barrio sobre el proceso que se trabajó con la comunidad involucrada. Durante el proceso se evidenciada la importancia de los talleres. Se organiza un torneo de algún

juego barrial, como lo puede ser “Yermis”, un juego de estrategia y trabajo en equipo, para llamar la atención del público y se otorga algún tipo de premio al equipo vencedor.

Se realiza una olla comunitaria con líderes del barrio, reuniendo recursos para realizar una comida, como puede ser un arroz con pollo o un ajiaco, con el fin de atraer más personas, y unir a los involucrados en el proceso, un momento de convivencia y refuerzo de lazos convivenciales.

Se organizan, buscan y se realizan murales en paredes de casas transmitiendo mensajes en relación al territorio, a la paz, a la buena convivencia, con grupos de grafitis y muralistas con recursos propios y en ocasiones financiados cuando se tiene la opción económica.

Y por último se realizan presentaciones artísticas, de canto en vivo de representantes de música urbana, y una muestra de entretenimiento teatral con colectivos artísticos.

Este proyecto se involucrará en la fase de los talleres del consumo de Sustancias Psicoactivas, específicamente, en la manera de recolección de opiniones, experiencias o conocimientos, de las personas, para así poder entender mejor, el contexto que rodea al barrio frente a los problemas que evidencian en su diario vivir.

Entendimiento del problema y relaciones de actores

Con respecto al problema que evidencia el Colectivo Aitue por parte de la comunidad de una *falta de participación en temas en común*, que impide lograr el cumplimiento de sus objetivos, (buscar la creación de aportes a soluciones colectivas por medio del diálogo), se procede a realizar una encuesta con el objetivo de detectar cual es el motivo por el cual las personas no asisten a los talleres que se organizan. Ver *anexo 1, Encuesta barrio Buenos Aires*

Se aplicaron 40 encuestas con 7 preguntas cerradas, con un espacio para retroalimentar la respuesta seleccionada, y un espacio separado para observaciones generales. El perfil del

encuestado fue “habitantes del barrio Buenos Aires”. La cual se realizó en la compañía de un compañero del colectivo Aitue. Los hallazgos obtenidos de esta encuesta fueron los siguientes:

1. La población si tiene interés en participar en los talleres que se divulgan, pero existen dos grandes factores que lo impiden:
 - a. 32 % de las personas no lograron enterarse de los talleres realizados
 - b. 64 % de las personas no tienen la posibilidad de asistir por falta de tiempo, debido a que trabajan gran parte de la semana y son padres de familia.
2. Lo que corresponde a la imagen de Aitue (Identificador visual y comunicación externa), el 75% de las personas entienden, el mensaje de la actividad, quien lo organiza, el lugar y la hora, se logran comunicar con efectividad.
3. Los medios y lugares de comunicación entre la misma comunidad más utilizados son:
 - a. La panadería de Lalo, un punto donde se pegan afiches informativos.
 - b. La iglesia, mediante divulgaciones al final de la misa los domingos
 - c. La comunicación del voz a voz
 - d. Y en menor medida, vía de WhatsApp y Facebook

Con base en los hallazgos obtenidos, decido orientar el proyecto, para aportar a la solución del problema detectado en el primer punto, acerca de que el 64% de las personas encuestadas no tienen el tiempo suficiente para asistir a las actividades, pero sin embargo el interés por participar en los temas que afectan a la comunidad del barrio Buenos Aires existe.

Mapa de actores

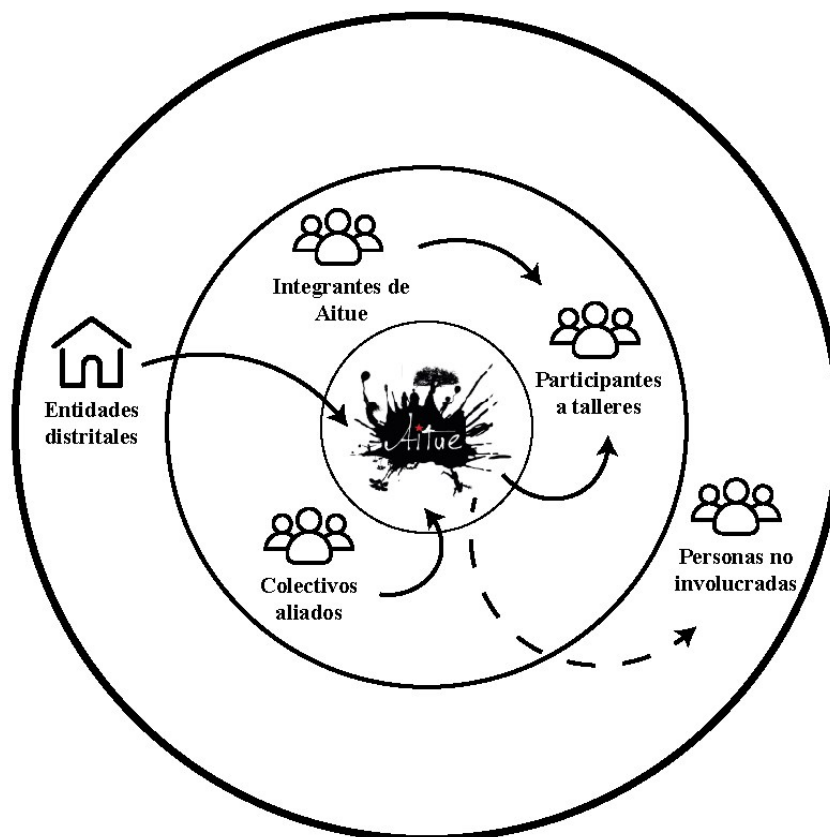


Figura 1 Mapa de actores

En la figura 1, se muestra un esquema donde se evidencian los grupos de personas que rodean al colectivo Aitue, y las flechas representan direcciones donde viaja información o elementos importantes. Los integrantes del colectivo son aproximadamente 11 personas, con perfiles como, geógrafos, sociólogos, una ingeniera de biotecnología, estudiantes, jefes de hogar, y también forma parte de la comunidad de Aitue las personas que buscan el bien común por encima del bien propio.

El trabajo realizado en los talleres es apoyado por colectivos artísticos que brindan conocimientos en muralismo y teatro. Las entidades distritales como Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, que, mediante el programa distrital de estímulos, brinda recursos a grupos

sociales que busquen soluciones autogestionadas a problemáticas locales, y en gran parte el colectivo puede llegar a más personas y durante más tiempo gracias a este beneficio por el cual participan. Se expresa en la gráfica una línea discontinua que representa a la comunidad que no logra participar en las actividades y no lograr obtener la información valiosa del taller, ni participar en la construcción de las soluciones comunitarias.

Situación a transformar

Partiendo del trabajo de campo, de la identificación de actores, problemáticas detectadas en los procesos de recolección de información y la *falta de participación en los talleres*, se plantea la siguiente situación a intervenir o transformar:

Lograr un intercambio de información, entre el colectivo Aitue y los adultos no involucrados, en el taller “consumo de SPA”, de manera que sus opiniones y/o experiencias se integren en el entendimiento del problema dentro del contexto y así posibilite a futuro una construcción colectiva de soluciones coherente.

La dificultad de asistir por parte de los adultos, por tener poco tiempo libre, debido a sus responsabilidades como jefes de hogar, respondiendo a un trabajo, y a obligaciones con el hogar limita la participación de esta población, impidiendo recolectar sus opiniones, y perspectivas sobre el tema de consumo de SPA.

Aitue posee una información que se desea transmitir a la comunidad seleccionada, y existe gran parte de la población que no puede recibir ni dar información de utilidad para el entendimiento de las problemáticas dentro del barrio. Es en este punto donde se involucra la pertinencia en el diseño, creando un “puente conector de información” entre el colectivo Aitue y la comunidad objetivo, movilizandó la información entre los actores.

Según en la página web de la International Institute for Information Design expresa que, el diseño de información "es la definición, planificación y configuración de los contenidos de un mensaje y los entornos en los que se presenta, con la intención de satisfacer las necesidades de información de los destinatarios previstos" *¿Qué es el diseño de la información?* [online]. (s.f).

De esta manera el diseño de información tendrá como objetivo, otorgar forma a la información existentes en los talleres, con el fin de satisfacer una necesidad, la cual es otorgar la información que se quiere transmitir (consumo de SPA) y recopilar opiniones (adultos no involucrados).

4. Marco referencial

Para este proyecto se tienen dos entornos de gran importancia, la primera es en el ámbito social, donde se ven en juego las interacciones de las personas, sus canales de comunicación, empatía, conocimiento entre vecinos, que, como grupo, comparten un mismo espacio y condiciones. Y para apoyar este medio, utilizo al diseñador y profesor italiano *Ezio Manzini*, con su libro “Cuando todos diseñan: una introducción al diseño para la innovación social”, donde nos habla de cómo las interacciones entre las personas pueden llegar a influenciar en decisiones de gran tamaño que involucran el trabajo en comunidad como base para las soluciones creativas y únicas.

El segundo entorno el cual abarca más profundamente la imagen, el mensaje, y la comunicación mediante el diseño de información, un autor popular entre la comunidad de diseñadores, el profesor, diseñador gráfico, argentino, Jorge Frascara con su libro ¿Qué es el diseño de información?, hablando de las características importantes al momento de diseñar información, con respecto a temas de legibilidad, percepción, representaciones simbólicas, cómo las expresiones mínimas dentro del mismo texto, o la fuente tipográfica, inciden en gran manera el resultado final para una interpretación eficiente.

Cuando todos diseñan - Ezio Manzini

En la primera parte de su libro, realiza una descripción sobre lo que es innovación social y el objetivo que cumple. Manzini (2015) menciona que la innovación social forma parte del mundo de las ideas, y cuya finalidad es solucionar necesidades de problemas cercanos al contexto, y que con ayuda comunitaria se pueden generar nuevas formas de colaboración, mejorando así el desarrollo de la sociedad.

Esta innovación social como describe Manzini, busca la solución a unas necesidades que, desde las interacciones entre la sociedad, van emergiendo, problemas ya detectados por el colectivo Aitue y la misma sociedad (como son el consumo de SPA). Esta problemática es fácilmente observada en las zonas del sur, en la periferia de las montañas. Los conflictos generados por el consumo de SPA, son parte de la rutina de las personas, asumiendo e ignorando este problema, tomando la decisión de ignorar el problema, logrando así “borrar” de su cabeza y no afrontar la realidad que lo está rodeando y afectando, aunque no forme parte del problema directamente.

Manzini (2015), describe que para lograr una innovación social se requiere que estén presentes dos elementos simultáneamente, los cuales son, una necesidad por la cual trabajar y la voluntad por afrontar dicha necesidad. Es evidente que dentro de las comunidades de los barrios de la Localidad de San Cristóbal, específicamente, el barrio nueva Buenos Aires. Los problemas como delincuencia, efectos negativos con el consumo de SPA, inseguridad, peleas, forman parte del diario vivir de las personas, y surge una fuerte necesidad por resolverlas. Al igual que dentro del trabajo de campo se detectó por medio de los hallazgos de la encuesta realizada, se evidencia que, si existe un interés por parte de la población del barrio Buenos Aires en brindar sus opiniones para poder aportar a las soluciones de dichas problemáticas, pero por una falta de tiempo, por horarios de trabajo u obligaciones de los adultos, no pueden formar parte de las actividades desarrolladas por el Colectivo Aitue.

Parte de la labor de Aitue, no solo es mediar la creación de posibles soluciones trabajadas con la comunidad, sino también es motivar el diálogo entre los actores directa o indirectamente afectados por las problemáticas, bien o no formen parte del problema, que mediante una charla pacífica se logre, primero, un entendimiento del problema, recopilando información como

opiniones, experiencias y/o conocimientos. Y en una segunda medida, generar propuestas mediante el trabajo en comunidad a soluciones más viables. El colectivo Aitue representa una figura de mediador, para generar un intercambio de información entre la misma comunidad, conociéndose entre sí, para entender el problema, y luego si, en fases posteriores, poder proponer soluciones.

El fin de estos diálogos es entrelazar opiniones y capacidades ya existentes de cada persona, como explica Manzini (2015), donde la combinación de recursos y capacidades que poseen las personas a través de las experiencias vividas, crean nuevas posibilidades o significados, que, si se logran descubrir dichas posibilidades y/o capacidades, pueden repercutir dentro de la misma comunidad mediante el trabajo colaborativo. Este trabajo en comunidad hace referencia a una *inteligencia colectiva*, entendida como las capacidades sumadas de cada individuo, todas dirigidas a un tema en común, la capacidad del trabajo en equipo amplifica dichas posibilidades, aumentando el panorama existente de soluciones proyectadas en un futuro, involucrando a los adultos que no pueden asistir obteniendo sus opiniones y perspectivas, se logran unos lazos invisibles que forman un entramado de capacidades y recursos más amplio.

En el segundo segmento de “Cuando todos diseñan – el diseño en un mundo conectado” Manzini hace un acercamiento del papel que tiene el diseñador en la sociedad, como su postura y conocimiento puede involucrar e integrarse ante un contexto. Para Manzini (2015) el diseño dentro de la sociedad logra una simbiosis de colaboración, entre sus diferentes actores, impulsa la búsqueda de significado o sentido.

Esta reflexión que realiza Manzini abre la perspectiva frente al diseñador, ya no, como a la persona que se encarga de los últimos pasos en el proceso de creación de una imagen y ya, sino que va mucho más allá. El diseñador juega un papel como una lupa, observando a detalle las

interacciones que se generan, las características de estas interacciones. Poder resaltar esos valores internos, que en ocasiones no están definidos, pero que, sin embargo, como diseñadores, propiciar el intercambio de información entre actores de una comunidad.

En este caso la riqueza que posee Aitue como puente y mediador de soluciones, creyendo en el desarrollo social, mediante un trabajo colaborativo con la comunidad. Aunque Manzini lo expresa como un sentido de “belleza”, pero realmente, esta belleza es solo la cara superficial de un proceso mucho mayor, que la solución gráfica es uno de los pasos finales para el diseñador, pero que acarrea pasos previos de mayor relevancia, como lo es la investigación, indagación del problema, análisis de información y muchos más elementos anteriores de gran importancia.

En conclusión, podemos destacar que, primero, la importancia del trabajo en comunidad propicia soluciones más viables, compartiendo diferentes puntos de vista de las personas involucradas en una comunidad y segundo, el diseñador ayuda a descubrir el sentido y los valores dentro de diferentes procesos de trabajo con personas.

El segundo libro a discutir, de Jorge Frascara con su libro *¿Qué es el diseño de información?*, donde al igual que Ezio Manzini, hace una reflexión frente al propósito que cumple el diseñador en la sociedad, Frascara (2011), expresa que la finalidad que persigue el diseñador a nivel general, NO está enfocado en la elaboración de piezas físicas o digitales, ni mucho menos que se vean “bonitas” ,sino que va mucho más allá, el verdadero objetivo es *generar reacciones positivas en las personas frente a una idea* o hipótesis, con esta gran frase de Frascara, revela la profundidad de razonamiento, de investigación, de interpretación, de un gran nivel de vinculación de elementos y la creación de conceptos, que el diseñador debe realizar en sus procesos de creación, para así lograr una respuesta en un público objetivo. Visibilizar al diseñador como pieza clave del engranaje que opera las soluciones en diseño, y dejar a un lado la

imagen que afronta actualmente, como la mente detrás de las pantallas, con su programa aislado del proceso de creación.

Entender a otra persona que desconozco totalmente, puede representar un problema, y más aún para lograr un intercambio de información eficiente, Frascara (2011) menciona con respecto al diseño centrado en el usuario, que es un trabajo de cuestionamiento ético, donde se debe aceptar la opiniones e ideologías de la otra persona independientemente de las creencias propias que se tengan. Esta descripción de entender a mi compañero, o a la persona que tengo al frente, nos hable de empatizar con el usuario, de cómo sentir y comprender la situación que viven en un entorno que puede diferente del mío. El colectivo Aitue, mediante los diálogos, los juegos y los talleres, buscan lograr empatizar con la comunidad, para poder hablar con mayor facilidad temas difíciles de comunicar, temas conocidos como tabú. Que bien sea por miedo o por cercanía emocional con la persona involucrada en las problemáticas, impida la comunicación de esta información u opiniones con las demás personas que quieren ayudar. Este paso de comprensión y solidaria es vital para obtener las respuestas más reales posibles que afectan a la comunidad, y mediante esta detección, se pueda posterior proponer una solución, como lo ha venido trabajando el Colectivo Aitue con los barrios trabajados.

Una de las soluciones que propone Jorge Frascara (2011) para la solución de comprensión de textos son las convenciones gráficas, que ayudan mediante la imagen a sintetizar ideas de manera más ágil, suaviza la carga de procesamiento para el cerebro para entender los significados del mensaje y genera un placer visual en comparación de la linealidad que posee los renglones de textos estáticos. Aitue se ha logrado acercar un poco a esta síntesis de información para facilitar la información, en el momento de las actividades o talleres, crea parejas y se emplea el dibujo

para hacer entender a las otras personas que significa, pero no se ha utilizado este recurso más allá en piezas que puedan tener mayor trascendencia.

En temas relacionados con la comprensión de la información Jorge Frascara (2011) distingue entre dos aspectos que influyen, el primero la legibilidad que está asociado a lo perceptivo y el segundo la leibilidad que corresponde a lo cognitivo, y con estos dos espacios a tener en cuenta para la comprensión de la información Frascara dota de tips propios del mundo de la diagramación o la rama editorial de manejo de cuerpos de texto, por ejemplo, las fuentes tipográficas Serif son más legible que las Sans Serif, debido a sus terminaciones o astas en los caracteres o tipos, el ojo en las fuentes tipográficas Sans Serif no logra una clara diferenciación ente letras, debido su formas semejantes, dificulta su lectura.

En conclusión, con la ayuda de Frascara se aclaran puntos como la finalidad del diseño, el cual es generar una reacción en las personas, empatizar con las personas para obtener información más cercana a la realidad comprender realmente el problemas, y las soluciones con los tips que nos aporta con la solución de textos para facilitar el entendimiento por medio de la imagen, incluyendo los pequeños detalles de cada carácter de una fuente tipográfica que con un buen uso se puede lograr una buena transferencia de la comunicación desde el punto perceptivo.

5. Planteamiento del problema/oportunidad

Los adultos, no pueden asistir a los talleres de consumo de SPA, pero no es debido a una falta de interés por solucionar las necesidades detectadas, sino por una falta de disponibilidad en tiempo para poder asistir. La oportunidad se detecta mediante la posibilidad de integrar las opiniones, experiencias y/o conocimientos de las personas, por medio de un recurso visual, y así adherirse al entendimiento del contexto o problema que pretende comprender el colectivo Aitue.

Definición del problema: El impedimento o problema presente es frente al tiempo de los adultos, que genera, que no puedan asistir a los talleres, y es aquí donde la nace una oportunidad, en donde, si la información no llega a Aitue, la oportunidad está en buscar la manera mediante un recurso visual, poder llevar los contenidos del taller hasta los adultos no involucrados.

Pregunta de investigación: ¿Cómo mediante un recurso visual, involucrar a los adultos no participantes en el taller “Consumo de SPA” para obtener opiniones y/o experiencias valiosas para formar una construcción colectiva?

6. Objetivos

Objetivo general: Involucrar mediante el intercambio de información a los adultos del barrio Buenos Aires no participantes en el taller “Consumo de SPA” del Colectivo Aitue para la construcción colectiva de soluciones.

Objetivos específicos:

1. **Reconocer** las dinámicas del taller presencial “Consumo de SPA” del Colectivo Aitue
2. **Adaptar** elementos de las dinámicas del taller presencial “Consumo de SPA” en un medio no presencial
3. **Consolidar** una herramienta gráfica que posea la cualidad de transmitir la información, interactuar con el lector y regresar con nueva información al Colectivo Aitue

7. Propuesta Metodológica

La propuesta metodológica para la elaboración del proyecto, se fundamenta en 3 fases, la primera de reconocimiento de dinámicas de los talleres, para posteriormente adaptarla a un medio no presencial, ya que el contacto entre los organizadores del taller de consumo de SPA, y los adultos no vinculados, no pueden existir por problemas de tiempo, a partir de los hallazgos obtenidos se vinculan mediante un concepto transversal, que sintetiza las cualidades de la propuesta a desarrollar, teniendo claro el concepto y sus relaciones con los hallazgos, se toman decisiones de diseño sobre la pieza a intervenir, y finalmente se puede pasar al tercer objetivo donde se consolida toda la información y la estructura por medio de la imagen, creando así la propuesta de diseño que busque una reacción en el usuario, como lo describe Jorge Frascara. Para este caso, es una relación de intercambio de información. La siguiente información, es una tabla donde se expresan las relaciones de los objetivos, con instrumentos y sus finalidades para el desarrollo metodológico:

¿Qué?	¿Con Qué?	¿Para Qué?
Reconocer las dinámicas del taller consumo de SPA	Los 5 ¿por qué? Esquema de proceso	Destacar ideas claves, y maneras de transmitir información
Adaptar elementos de las dinámicas	Cuadro de comparación	Aplicar estos elementos a un medio no presencial
Consolidar una herramienta	Vinculación de hallazgos con el concepto	Tomar decisiones de diseño con base en lo obtenido

Tabla 1 Relación de objetivos específicos con instrumentos

Primer instrumento - 5 ¿Por qué? – Objetivo 1

Para poder obtener la información pertinente al primer objetivo planteado, (Reconocer las dinámicas del taller presencial “Consumo de SPA” del Colectivo Aitue) se desarrolló un esquema o instrumento llamado los 5 ¿Por qué? - Que busca la causas y efectos de decisiones o procesos dentro de una actividad, *ver anexo 2, Primer Instrumento 5 ¿Por qué?*

Este instrumento trata de preguntar reiterativamente ¿Por qué? a una de las respuestas, y de esas nuevamente se procede a preguntar, para así ahondar en la profundidad de los motivos por los cuales se realiza cierta decisión o acción que se quiera conocer, y para poder conocer la profundidad del tema puede responderse en la cuarta o quinta pregunta. Para este proyecto, la problemática seleccionada dentro los talleres de Aitue fue el taller sobre consumo de SPA, y para iniciar con la primera pregunta, se empezó con ¿Por qué talleres sobre consumo de SPA?, de estas respuestas se empezó nuevamente a preguntar y nuevamente se obtuvo una diversificación de motivos y conceptos que estaban relacionados a las dinámicas de Aitue y las personas de la comunidad, Los principales elementos a resaltar, después de analizar la información fueron los siguientes:

1. Como afirma Aitue, el diálogo permite dar cuenta de un estado de la comunidad, viabiliza el intercambio de conocimientos, integrarse con y entre las personas, entre otras más.
2. Se requiere generar empatía con las personas, para así facilitar la comunicación de temas tabú, por ser temas delicados y muy relacionados sentimentalmente con la persona.
3. La recolección de las diferentes perspectivas de las personas permite una mayor comprensión del problema y a su vez del aporte a una futura solución.

Con la implementación de este primer instrumento se obtuvieron decisiones importantes para la creación de los talleres sobre consumo de SPA, y se descubrió más a fondo los elementos que motivan el diálogo como medio para lograr soluciones entre y con la comunidad. Pero propiamente hablando sobre como internamente en los talleres de Aitue se motiva dicho diálogo, aún falta por descubrir y para esto se aplicó la segunda herramienta.

Segundo instrumento – esquema de proceso - Objetivo 1

El objetivo a igual que el instrumento anterior, es Reconocer las dinámicas del taller presencial “Consumo de SPA” del Colectivo Aitue, este esquema de procesos consiste en analizar la planeación para el taller, dividiéndola por pasos o secuencia y describiendo las características dentro de cada paso, ver *anexo 3, Segundo instrumento esquema de proceso*.

Para la realización del taller consumo de SPA, se dividen a grandes rasgos en tres partes, primero el juego, en segundo lugar, la presentación y en una tercera parte los diálogos, y de estas fases se detectaron las siguientes dinámicas:

Juegos para dinamizar: Al inicio, antes de empezar propiamente a charlas sobre el consumo de SPA, se realiza juegos como yermis, o Choco Choco Late, con el fin romper el hielo con las personas que no se conoce, y así empatizar de una mejor manera para obtener después una información más cercana y clara al momento de tocar temas tabúes o difíciles de expresar.

Escudo de identificación: Para conocer a la persona con la que se habla, se diligencia una hoja y dentro de ella se encuentra un escudo para preguntar sobre el nombre, edad, sueños de las personas, su relación con el SPA, y como se debe hablar frente a este tema, con el fin conocer un poco mejor el perfil de la persona de la cual se va realizar un intercambio de información.

Mitos de autocuestionamiento: Para obtener opiniones, conocimiento y modos de pensar con respecto al consumo de SPA, se realizan 9 afirmaciones sobre creencias que se tiene del SPA

en las cuales el lector o participante debe responder a ella eligiendo y si es verdadera o falsa las respuestas, y posterior a esto, se socializan dichas opiniones sobre estas afirmaciones planteadas

Tercer instrumento – Cuadro de comparación. Objetivo 2

Una vez detectado las dinámicas implementadas por Aitue en el taller consumo de SPA para motivar el diálogo (o un intercambio de información entre la comunidad y el Colectivo Aitue) se procede a resolver el segundo objetivo específico que es, adaptar elementos de las dinámicas del taller presencial “Consumo de SPA” en un medio no presencial, y el ¿por qué debe ser un medio no presencial? es debido a que no es posible una comunicación directa entre los adultos que no pueden asistir y el colectivo Aitue.

En esta traducción de un medio presencial a uno no presencial, se aplicó, ver *anexo 4, Tercer instrumento cuadro de comparación*, donde se realiza una vinculación de la finalidad de cada dinámica de Aitue en un ámbito más visual, del cual se realizaron las siguientes adaptaciones:

1. La finalidad del **escudo de identificación** es conocer a la persona que me está brindando información, pero ya que el contacto personal directo con Aitue no puede existir, se debe agregar un segmento para realizar una *presentación personal* para conocer el perfil padre y además dar a conocer el colectivo Aitue.
2. La finalidad de los **juegos** es romper con el hielo, que las personas se involucren más con el tema y que la actividad a nivel general se desarrolle de una manera más activa y divertida, por ende, para generar este involucramiento de las personas y esta *dinamización* de la actividad en la transmisión de la información, se ejemplificará por medio de un *recorrido visual ilustrado* que rompa con la linealidad de lectura, pero sin generar desorden en los elementos.

3. Y por último la finalidad de los **mitos de autocuestionamiento** es conocer las *opiniones y perspectivas* sobre las concepciones del consumo de SPA, y para eso se generarán actividades de **opinión libre**, orientado a los conocimientos y experiencias que poseen los adultos, esta obtención de información, se realizará mediante una guía de actividades, que podrá diligenciar y posteriormente guardar para ser entregado.

8. Propuesta de diseño

A partir de los hallazgos generados en objetivos dos, (que a su vez está basado en el los hallazgos del objetivo uno) se procede a cruzar o vincular las propiedades/hallazgos que rodean al proyecto para obtener el concepto transversal y así, tomar decisiones de diseño que se dotarán características que deberá cumplir la propuesta.

Cruzamiento hallazgos – Concepto transversal

Empleando los hallazgos del segundo objetivo se realiza la siguiente vinculación para así obtener el concepto transversal, que será la cualidad de mi propuesta sintetizada en conceptos claves y se verá reflejada en el funcionamiento entre los dos grandes actores (Colectivo Aitue – adultos no involucrados):

1. **Presentación personal:** Al iniciar por primera una conversación con una persona que se conoce en absoluto, se debe realizar un intercambio de información sobre su perfil, y para esto se requiere que halla con contacto directo entre dos personas, pero debido a que los adultos no pueden realizar este contacto con el colectivo Aitue, la primera cualidad de la propuesta es un involucramiento de información (como lo son datos personales y opiniones) de una no directa, o mejor dicho de una manera **indirecta**, que remite a la cualidad del segundo objetivo, de intercambiar información de una manera no presencial
2. **Espacio de opinión libre:** La necesidad en el proyecto radica en obtener opiniones de los adultos no involucrados con el taller consumo de SPA, y por ende el proyecto en su esencia debe contar con dos cualidades, la primera, la información que posee el colectivo Aitue a los adultos, y la segunda cualidad es obtener dichas reflexiones u opiniones, y es aquí donde surge la segunda característica para el concepto transversal, que es **participación**, resumido en la involucración de esas opiniones tan importantes para la

construcción de soluciones colectivas, abriendo las posibilidades de respuesta para que tenga que se obtenga una mayor profundidad en las opiniones de los adultos.

3. **Juegos dinámicos:** La finalidad de los juegos está relacionada a poder romper el hielo y dinamizar las actividades realizadas dentro del taller de consumo de SPA, para que en el momento del intercambio de información en los diálogos, se dé una manera más efectiva, y es aquí en los talleres, donde Aitue comparte su información sobre el SPA, y esta **información**, es la clave para brindar las bases que permiten entender las problemáticas y profundizar en ellas, esta información que se brinda forma parte de la primera cualidad que debe tener como base el proyecto, de *dar información* para poder después recibir información de regreso.
4. Y, por último, después de haber pasado por las 3 etapas anteriores (dando información del SPA y diligenciado la información personal y opiniones) entre los actores (Aitue con los adultos), esta información valiosa debe regresar a Aitue, logrando cerrar el intercambio de información, entendiéndolo como la circulación de información, que parte desde un punto inicial hasta regresar al mismo punto, pero con nueva información adquirida.

Concepto transversal:

Intercambio informativo, participativo e indirecto

Descripción del concepto: Cualidad de la propuesta de circular la **información** (Del Colectivo Aitue a los adultos no involucrados y regresar - **intercambio**), obteniendo opiniones de los adultos y de esta manera integrándolos, para el entendimiento del problema, **participando indirectamente** mediante un medio no presencial (los niños participantes serán el punto de conexión, que llevarán la propuesta de diseño, desde los talleres de Aitue hasta los adultos que no pueden asistir).



Figura 2. Cualidades de la propuesta

Relación concepto transversal – hallazgos taller SPA

Hallazgos objetivo 1	Relación con concepto	Hallazgos objetivo 2
Diálogos / conocimientos	----- <i>Intercambio informativo</i> -----	Espacio opinión libre
Juego	----- <i>Participativo</i> -----	Actividades integradoras
Escudo de identificación	----- <i>Indirecto</i> -----	Presentación personal

La propuesta de diseño debe capturar los elementos de los talleres de consumo de SPA, que permiten el intercambio de información, (como lo es, **empatizar** con la persona, **dinamizar** los talleres y así recibir una mejor información / opiniones, **involucrar** de una manera libre las perspectivas del lector / padre), para así lograr una información más abierta y variada de las personas habitantes en los barrios. A diferencia de lo que sería una simple encuesta (rígida, cerrada y demasiado estructurada que no integra al lector) que limita la profundidad y variedad en la obtención de opiniones, por ende, se toman las siguientes decisiones:

Decisiones de diseño

Las decisiones están organizadas según las siguientes características:

Características físicas:

1. Debe ser ligero para su transporte, para el intercambio (van a colaborar en el proceso de entrega, los niños que asisten a los talleres, siendo los niños el canal de difusión para llegar a los adultos) y debe ser de fácil ensamble, para acortar tiempos en producción.
2. El esquema base para **dinamizar** la pieza y romper con la linealidad va a ser una estructura desplegable y reducir el tamaño en volumen para su fácil intercambio
3. La guía de actividades deberá tener una superficie susceptible a lápiz y/o esfero para la obtención de opiniones, la cartilla informativa de color del sustrato amarillo, para dar a entender que se debe guardar, y la cartilla de integración será de un soporte grueso y laminado para poder utilizarse varias veces.
4. Debe tener un espacio suficiente para lograr una legibilidad óptima, pero que no limite la expresión del usuario al momento de dibujar o escribir (tamaño carta, que facilite la producción en los medios locales dentro de los barrios de san Cristóbal)

Características basadas en los talleres

1. Debe ser interactivo con el lector, abrir la opción de una opinión libre y menos cerrada para que se involucre con los temas comunitarios que le rodean (pasar de las respuestas cerradas verdadero / falso a varias opciones más cercanas al lector y dejando un espacio para que pueda escribir otra opinión o perspectiva del lector)

Características gráficas

1. Los colores estarán definidos de acuerdo a la cromática de las abejas, (amarillo, negro), basados en la analogía del trabajo de la abeja
2. Se implementará ilustraciones con una estética de lápiz de grafito para **dinamizar** las composiciones, ayudar a traducir un mensaje de manera visual y complementar/apoyar la información a brindar mediante las actividades planteadas, para así, romper la linealidad del medio físico e interactuar con el lector, además, motivándolo a dibujar dentro de los espacios asignados.
3. Un nivel de detalle medio, que incentive al adulto a dibujar, y no se sienta presionado por hacerlo, pero que a su vez la estética no se asemeje a un boceto.
4. La fuente tipográfica deberá expresar libertad de expresión, y empatizar con el lector, para que se vincule en la **participación** con la pieza, por lo cual se seleccionó una familia tipográfica manuscrita (carácter de las familias tipográficas en imitar la escritura caligráfica convencional) con fuente de texto base “simplicity” y para títulos “subscriber”
5. La retícula, rompiendo con lo lineal, rígido, y dinamizando, se implementará mediante una retícula de columnas que permita un orden de lectura estable, y enlace a los elementos dentro de la composición, y complementando con figuras hexagonales, relacionado al panal de abejas, dinamizando la propuesta, y rompiendo con un esquema rígido

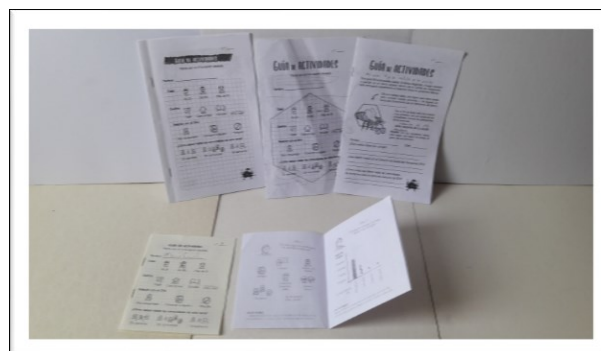
Para definir en qué medio (Digital o impreso) es más viable realizar una propuesta de diseño, según las capacidades del colectivo Aitue y las características del mismo proyecto, se realizó mediante una tabla de comparación, *ver anexo 5, Digital vs impreso*. Se analizó las ventajas y desventajas que puede llegar a tener a la propuesta frente si se emplea un medio digital o un medio impreso, de lo cual resultó que el medio impreso sería una mejor opción debido a que:

1. En el medio impreso posee mayor versatilidad en la difusión, teniendo varias posibilidades en la entrega de mano en mano por medio de las personas de la comunidad.
2. En el medio impreso, para su diligenciamiento, por parte de la persona, no es necesario que posea habilidades digitales con dispositivos inteligentes, ni tampoco servicios adicionales como conexión a internet.

Ahora bien, el medio impreso posee algunas también unas desventajas que se mencionarán para tener en cuenta al momento de diseñar, para poder cubrir con la mayoría en lo posible, las cuales son las siguientes:

1. Tanto en lo digital o en lo impreso, existen costos de producción, pero en el caso de lo impreso, puede variar en gran medida según el tiraje a realizar, por esta razón los tamaños y colores se mantendrán lo mínimo necesario y funcional.
2. El hecho de ser un medio físico, tangible, deben asumir unos tiempos y unos medios de transporte para pueda circular una propuesta de este tipo, por ende, debe ser resistente y de peso ligero para su movilización.
3. La calidad de impresión puede llegar a variar según la maquina donde se realice la impresión y la calidad de color a implementar (A color o a blanco y negro), donde también es una variable que indica el precio a temer en su producción.

Transformación de propuesta



Figuras 3, fase de cambios de diseño

Las figuras anteriores se evidencia la serie de cambios realizados con cada propuesta con el fin de cambiar o mejorar elementos bien sea de orden estructural, gráfico o de formales.

Propuesta de diseño – Cartilla de integración



Figura 4, tiro cartilla



Figura 5, retiro cartilla

ACTIVIDAD 1

Según lo que has visto, más como se muestra en el gráfico, la cantidad de personas consumidoras según sea sustancia psicoactiva.

Sustancia	Nivel
Alcohol	~18
Cannabis	~10
Cigarrillos	~12
Marihuana	~8

ACTIVIDAD 6

Tache con una X, ¿dónde crees que en el factor que más incide el consumo de sustancias psicoactivas y justifica la opción que elegiste.

Personas del barrio, Compañeros del colegio, Redes sociales.

Se le ocurre otra, ¿cuál?

¿Por qué?

ACTIVIDAD 5

Mediante una línea, conecta con la botella de alcohol, las posibles razones para consumir alcohol, según lo que sepas.

Facilita la relación sexual, Genera más felicidad.

Si no hay alcohol, no hay diversión.

Siempre debe haber alcohol en las celebraciones.

Te hace más hombre.

Es lo que la mayoría hacen.

¿Tienes otra, cuál?

El alcohol no hace daño.

ACTIVIDAD 2

Señala y escribe el lado de cada órgano, ¿cuáles son los efectos que produce el consumo de drogas según lo que conoces?

ACTIVIDAD 3

Describe o dibuja, cómo el consumo de Sustancias Psicoactivas (alcohol o drogas), por parte de otras personas, lo ha afectado?

Responde:

ACTIVIDAD 4

Describe, ¿qué crees que sucede en el cuerpo o en la mente cuando se consume marihuana?

Responde:

ACTIVIDAD 7

Según lo que has visto, venírte y escribe, cuáles son los lugares más frecuentes de consumo de drogas, frente en el barrio.

Colgado San Blas, Colosito, Triunfo de la Cruz, Finca de Santa Bárbara, Finca de San Marcos.

GUÍA DE ACTIVIDADES

¿Para qué esta guía?

Esta guía de actividades tiene el fin de recopilar y tener información, como lo son perspectivas, conocimientos y/o experiencias de las habitantes del barrio. Frente al consumo de SPA, y así, con el apoyo de vecinos, compañeros y el equipo de trabajo del Colectivo Atlas, tener el conocimiento del contexto y en conjunto, a futuro, crear acciones más conscientes y cercanas a la realidad.

Esto que no lo puedes quedar, perderlo, olvidarlo, y volverlo a utilizar en el futuro, desde esta Guía de Integración, para poder entregarla nuevamente al Colectivo Atlas en primera línea con la persona que te hizo entrega de la cartilla.

Ayúdame con los siguientes datos, para saber con quien hemos tenido el gusto de intercambiar información:

Nombre (opcional): _____ Edad: _____

Sexo: Masculino / Femenino

¿Qué hechos tienes por cumplir?

¿Qué relación tienes con el Consumo de Sustancias Psicoactivas SPA?

¿Cómo crees que deben haber te comunicado de los talleres sobre el tema de consumo de SPA?

Figura 6, Hojas de actividades e información personal

¿Qué son las SUSTANCIAS PSICOACTIVAS?

www.eltigres.com

Es toda sustancia, que introducida en el organismo, produce una alteración en el funcionamiento del sistema nervioso central y es susceptible de crear dependencia, ya sea psicológica, física o ambas.

Del consumo ALCOHOL

25% Son mujeres

75% Son hombres

De cada cuatro personas con abuso o dependencia por el consumo de alcohol, tres son hombres y una es mujer, haciendo en los estratos 1 y 2 los mayores porcentajes de uso perjudicial.

MARIHUANA

240 mil Consumidores en el 2016

Entre 2004 y 2016 el consumo de marihuana, pasó del 23% al 41%. Cerca de 240 mil consumidores, de los cuales 120 mil muestran signos de dependencia. Los mayores niveles de consumo están en los grupos de 18 a 24 años y de 25 a 34 años.

120 mil Consumidores con dependencia

TABACO

Más de la mitad de la población en Bogotá dice haber consumido legalizante alguna vez en su vida, pero el 82% no ha consumido actual, siendo el grupo de 18 a 24 años. Las tasas más elevadas, se encuentran en la población que dedica en los estratos 1 y 2, que reúne a unos 134 mil fumadores.

De los Fumadores constantes en Bogotá:

Hombres: 85%

Mujeres: 72%

Estadísticas consumo de SUSTANCIAS PSICOACTIVAS En Bogotá

ABEJAS, COMUNIDAD y no como unidad

CARTILLA INFORMATIVA

Puedes conservar esta cartilla para informarte a las personas cercanas, cual es el estado frente consumo de Sustancias Psicoactivas en Bogotá

Figura 7, Cartilla informativa

En la figura 4, se representa la primera cara del plegable, en este espacio se ubica la información con respecto al Colectivo Aitue, este será el empaque que contendrá las demás propuestas y tendrá la cualidad de poder reutilizarse varias veces.

En la figura 5, se ubican el espacio donde se describe el objetivo de la cartilla, para que el lector sepa porque es importante la cartilla de integración, se ubicarán bolsillos para sostener las piezas complementarias (guía de actividades y cartilla informativa), una sección destinada a agradecer al lector por participar e instrucciones para saber como hacer entrega de la cartilla de integración y finalmente bolsillo donde se dispondrá de un plegable el cual corresponde a la guía de actividades.

En la figura 6, se evidencian la guía de actividades, compuesta por 7 actividades, junto con espacios para su solución y un espacio destinado para ser diligenciado por el lector sobre su información personal, en escala de grises para poder sacar fotocopias de manera fácil

En la figura 7, se muestra la cartilla informativa, el cual cambiará según el taller a realizar por Aitue, el cual para este caso tendrá como tema el consumo de SPA, en escala de grises para poder sacar fotocopias de manera fácil.

Manera de difusión

A continuación, se presenta como la propuesta funcionará dentro de los espacios de los barrios de la localidad cuarta de san Cristóbal en conjunto con los talleres de Aitue.

1. El colectivo Aitue, al finalizar los talleres planeados, entregará la cartilla de integración a los asistentes del evento, principalmente niños.
2. Estos niños, serán el medio de conexión entre el colectivo Aitue y los adultos no involucrados, y harán entrega de dicha cartilla

3. Los adultos realizarán el diligenciamiento en los espacios correspondientes dentro en la propuesta y la entregarán de vuelta al niño que se la entregó
4. los niños podrán hacer entrega de la cartilla de integración asistiendo nuevamente a futuros talleres del colectivo Aitue, y así poder hacer un conteo de entrega de cartilla, que, al recopilar 6 entregas, podrá reclamar un premio destinado por Aitue.
5. Una vez Aitue posea las cartillas diligenciadas, podrá realizar un análisis de las opiniones de los adultos, y junto con las opiniones de las personas asistentes a los talleres, empezar a proponer con la comunidad, soluciones más cercanas al contexto.

9. Conclusiones

En el desarrollo del proceso investigativo, para poder determinar la real situación a transformar, se presentaron múltiples caminos por el cual, los diferentes ámbitos disciplinares del diseño podrían llegar a incidir, pero para poder llegar a este momento clave, de detectar la verdadera necesidad. La cual era que si existía un interés por parte de los adultos en participar, pero no poseían la disposición del tiempo para asistir, y fueron estas opiniones de las personas del barrio Buenos Aires, la clave para intervenir desde el diseño.

Desde el momento en el que entra el diseñador en una esfera social, geográfica y cultural, se empieza un proceso de desentrañamiento o de si se quiere de profundización donde se busca distinguir el sentido de las acciones que se toman, buscando un valor adicional que cada proyecto en específico tiene oculto en su interior y se debe descubrir. Que en el caso del Colectivo Aitue es creer en el diálogo, una manera pacífica y abierta de acercarse a las soluciones del barrio, sin necesidad de esperar que las otras personas solucionen los problemas, sino al contrario asimilar y aceptar que los problemas que afectan a la comunidad del barrio Buenos Aires afectan a la población de diferentes maneras, y mediante la recopilación de esas diversas perspectivas se pueda participar en la creación de soluciones colectivas a problemáticas comunitarias.

Y recordando la pregunta investigativa, ¿Cómo mediante un recurso visual, involucrar a los adultos no participantes en el taller “Consumo de SPA” para obtener opiniones que formen parte de la construcción colectiva de soluciones?, donde el ámbito disciplinar, forma ese puente entre los actores, aprovechando de las cualidades existentes, de una información que se quiere impartir y al mismo tiempo de la necesidad de recolectar información de diferentes posturas, y la manera como el proceso de diseño estudia y analiza los diferentes procesos e interacciones, que mediante

la estructuración de una información detectada se puede apoyar la creación de soluciones colectivas.

Con este proyecto de diseño gráfico, frente a los colectivos sociales, el aporte se evidencia en la manera que se percibe al diseñador, evidenciando las cualidades del diseño como una disciplina transversal a cualquier tema, ya sea político, económico, social, ambiental etc. Y el rol del diseñador lograr integrarse más en profundidad con las problemáticas, y formar parte del mismo colectivo, logrando el aporte de los objetivos del colectivo Aitue de una manera diferente y creativa, que superan la concesión que se tiene frente a que como diseñadores gráficos solo se produce imágenes ajenas al proceso, pero se evidenció que el entendimiento del problema, y la construcción colectiva de actores y diseño es fundamental para crear propuestas de valor y coherentes frente a los objetivos que plantean para un proyecto .

10. Referencias consultadas

El primer referente consultado tiene como título Diseño visual. Un paso hacia la atención Multicultural, de Juliana Álvarez, donde ella nos expone un trabajo de diseño gráfico. Su lugar o contexto de trabajo es en una sala de urgencias, donde analizo las relaciones e interacciones que suceden desde que el paciente entra al hospital hasta el momento que lo atiende un especialista. Junto con sus elementos que les rodea, y mediante un análisis del ambiente de urgencias detecto que existían barreras como, un estado de angustia al momento de ingresar los pacientes, una falta de cuidados intensivos, demasiado ruido, una falta de intimidad y tiempo reducido, estos problemas hallados dificultan la comunicación al momento de ser chequeados en un primer momento por las enfermeras para identificar el nivel de urgencia con el paciente, y así determinar el tiempo de atención, brindando pronta atención a necesidades de vida o muerte y de última a personas con condiciones que no entran como urgencias.

Este diagnóstico lo realiza una enfermera revisando al paciente y realizando unas preguntas para conocer el estado de las personas, durante este proceso de cuestionamiento, Juliana Álvarez detecto que existía ineficiencia en tiempos debido a una comunicación ineficiente al momento de expresar las dolencias, y el tipo de enfermedad o estado que padece el paciente.

La propuesta que realiza Juliana para intervenir en esta comunicación enfermera paciente, es mediante la creación de una aplicación que, por medio de ilustraciones o pictogramas, organizando la información de las causas de una posible enfermedad y los síntomas que pueden surgir, permitiendo al paciente visualizar mediante la pantalla de móvil lo que puede estar padeciendo anticipadamente al chequeo y así ahorrando tiempos en la sala de urgencia.

Destaco de este proyecto como utilidad para mi proyecto esta manera de solución, en donde el uso de representaciones simplificadas o pictogramas apoya la facilitación del rápido

entendimiento y a su vez motiva visual al lector en continuar con la lectura, llamando su atención rompiendo la linealidad del texto, incorporando imágenes para complementar significados.

El segundo referente consultado tiene como título, Los memes como modelo comunicativo verbal de mensajes visuales, un proyecto investigativo de Walter Castañeda, cuestionando ¿Cuál es el secreto que ocultan los memes que resultan virales y muy utilizados dentro de los sistemas digitales?, a pesar de que el meme, no tiene una estructura sólida, convirtiéndose incluso un video en un meme, Walter empieza a profundizar y analizar la lectura que tiene el espectador y llega a conclusiones que por ejemplo tienen una relación con su contexto actual, y sus interacciones que suceden en el día a día, el conocimiento que posee la persona juega un papel determinante para el entendimiento del meme, por ejemplos si se es de otro país, y el tema del meme ocurre frente a la política de dicho país, si mi conocimiento no lograr abarcar los acontecimiento exteriores, aunque se pueda entender la imagen y el texto que se plasman dentro del meme, no se lograr entender la totalidad del mensaje ya que no vincula la relación texto e imagen con los sucesos de la realidad. Del proyecto de Walter Castañeda resalto para mi proyecto como el entendimiento del entorno, contextos, situaciones, noticias, etc., rodea la vida de la persona tiene un relación directa con la manera en que ve y entiende el mundo, donde se siente identificado con patrones de significados que están enmarcados por área geográficas, como prácticamente cualquier tema que se pueda hablar, ya existen concepciones u opiniones previas en las personas que relacionan continuamente con la información leen.

11. Bibliografía

Alvarez, J. Diseño visual. *Un paso hacia la atención multicultural*, Recuperado de

<https://www.sap.org.ar/docs/publicaciones/archivosarg/2014/v112n1a07.pdf>

Benjamins, J. (s,f). *¿Qué es el diseño de la información?* 25/04/2019, de International Institute

for information Desing Sitio web: <https://www.iiid.net/home/definitions/>

Colectivo Aitue. (2018). Anexo 1 – Formato para la presentación de propuestas. Programa

Distrital De Estímulos, 1–20.

Frascara, J. (2011). *¿Qué es el Diseño de Información?* Argentina: Ediciones infinito Buenos

Aires.

Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan: una introducción al diseño para la innovación social.*

Madrid: Experimenta editorial.

Walter, J. (2015). *LOS MEMES COMO MODELO COMUNICATIVO VERBAL DE MENSAJES*

VISUALES. 25/04/2019, de ResearchGate Sitio web:

[https://www.researchgate.net/publication/318504490_LOS_MEMES_COMO_MODELO_](https://www.researchgate.net/publication/318504490_LOS_MEMES_COMO_MODELO_COMUNICATIVO_VERBAL_DE_MENSAJES_VISUALES)

[COMUNICATIVO_VERBAL_DE_MENSAJES_VISUALES](https://www.researchgate.net/publication/318504490_LOS_MEMES_COMO_MODELO_COMUNICATIVO_VERBAL_DE_MENSAJES_VISUALES)

12. Anexos

Anexo 1, Encuesta barrio Buenos Aires

Encuesta Barrio Buenos Aires

Objetivo de la encuesta: Conocer la visión que tiene los habitantes del barrio Buenos Aires sobre Aitue y acercarse a los factores que determinan la participación o no de las personas encuestadas

Perfil del encuestado: Habitantes del Barrio Buenos Aires

1. ¿Conoce a Aitue?

Si No Más o menos

La junta de acción comunal debe ayudarlos a difundir la información y

2. ¿Entiende su logo? (Las actividades desorganizadas y no pueda hacerle)

Si No Más o menos

Comunicación al ciudadano social y ambiental, convivencia

3. ¿Entiende el mensaje en las invitaciones realizadas por Aitue?

Si No Más o menos

Debería comenzar por el lenguaje grupo que realiza la actividad importante

4. ¿Entiende que las actividades presentadas las desarrolla Aitue?

Si No Más o menos

Por que hay cosas por mejorar

5. ¿Tiene interés de los temas tratados en las actividades?

Si No Más o menos

6. ¿Cómo usted se entera de los temas actuales del barrio?

Por hablar a grupos familia, WTP

7. ¿Ha asistido a algún evento/actividad de Aitue?

Si No Más o menos

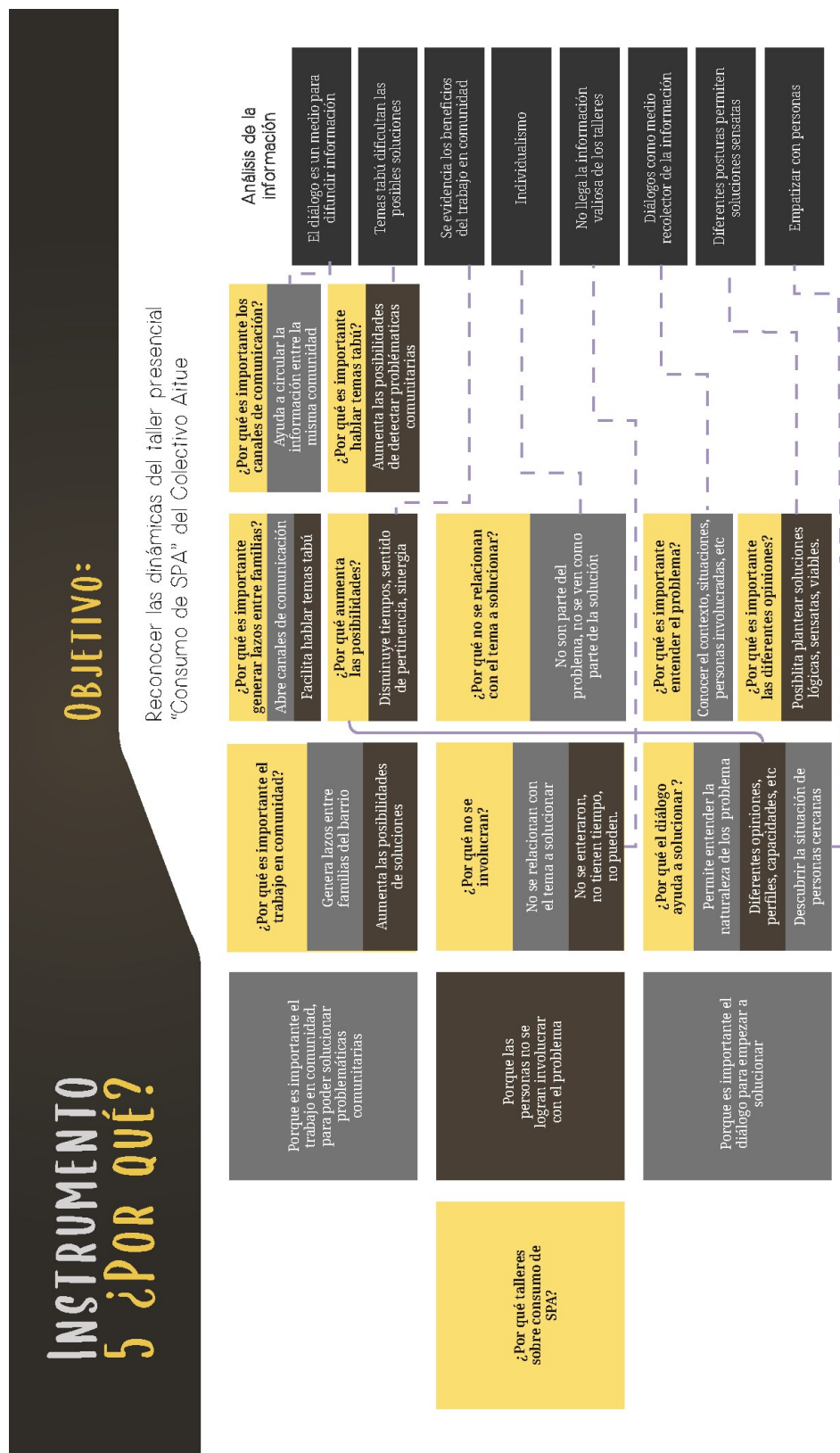
No

Observaciones:

Hacer más evidente que todo forma parte de un

solo grupo

Anexo 2, Primer Instrumento 5 ¿Por qué?





Anexo 4, Tercer instrumento cuadro de comparación

<p>INSTRUMENTO CUADRO DE COMPARACIÓN</p>	<p>OBJETIVO Adaptar elementos de las dinámicas del taller presencial "Consumo de SPA" en un medio no presencial</p>	<p>Dinámicas detectadas dentro de los talleres consumo de SPA</p>
<p>PRESENCIAL</p>	<p>NO PRESENCIAL</p>	<p>ESCUDO DE IDENTIFICACIÓN</p>
<p>Se socializan nombres de los participantes, edad, los sueños o aspiraciones, como ha sido su relación con el SPA, como se deben hablar las comunidades de este tema, mediante una hoja y después una socialización en grupo, con el fin de conocer el perfil de quien habla</p>	<p>Crear un apartado para datos básicos, como nombre y edad, donde se recolecte información personal y conocer así el perfil del lector y una sección de presentación ilustrada del colectivo Aitue</p>	<p>JUEGOS PARA DINAMIZAR</p>
<p>Los juegos que implementa Aitue son, Choco Choco Late, Canasta Revuelta y juegos comunes de cancha como ponchados o yermis, con el fin de romper el hielo y que la actividad a nivel general se desarrolle de una manera más activa, divertida y menos rígida</p>	<p>La conversión del juego a un medio no presencial se traducirá por medio de la creación del diseño de actividades para obtener información del lector sobre el consumo de SPA en los espacios de su barrio donde vive</p>	<p>MITOS DE AUTOQUESTIONAMIENTO</p>
<p>Se reparte individualmente una hoja con un listado de mitos en la relación al consumo de SPA que autoquestionan el conocimiento de la personas, donde deberán marcar si esta información es correcta o incorrecta, y al final se descubrirá las respuestas correctas marcadas, para saber el nivel de conocimiento de los involucrados sobre el consumo de SPA</p>	<p>Se brindará información de utilidad sobre el consumo de SPA a nivel bogotá, por medio de una cartilla informativa que se regalará a las familias y estas misma información la podrán leer invitados que logreem percibir dicho medio físico como un recordatorio del tema.</p>	

Anexo 5, Digital vs impreso

CUADRO DE COMPARACIÓN DIGITAL VS <u>IMPRESO</u>		
	DIGITAL	IMPRESO
VENTAJAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eficiencia en tiempos de entrega y recolección. 2. No se puede dañar físicamente. 3. Capacidad de efectos animación virtual. 4. Espacio ilimitado. 5. Rapidez en la tabulación de datos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayor interacción con personas, empatía. 2. Libre expresión dentro del medio. 3. No requiere de habilidades digitales adicionales. 4. Tiene versatilidad para su difusión. 5. Facilidad de producción en maquinaria no especializada de impresión.
DESVENTAJAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Requiere de un dispositivo inteligente y a internet. 2. La interactividad espacial con el lector no existe. 3. Limita la libertad de expresión y no existe interacción física con el objeto. 4. Costos de producción altos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Costos de impresión variables según tiraje. 2. Desplazamiento de material hasta el usuario final. 3. Susceptible a daños físicos exteriores. 4. Calidad de impresión puede variar según impresión.