



Sistematización de Experiencias

# INHOUSE FCC



Sistematización de Experiencias  
**INHOUSE FCC**

por Jennifer Córdoba

Tutora: Sandra Rodríguez



**CON  
TENI  
DO**

Introducción	06	
	08	Objetivos
Justificación	10	
	12	Antecedentes
Agentes	16	
	20	Recolección de Información
Categorías Conceptuales	58	
	64	Análisis
Resultados	76	
	78	Producto Gráfico

06

IN  
TRO  
DUC  
CIÓN

La siguiente sistematización muestra el proceso y los resultados de la práctica profesional realizada en Inhouse FCC, los beneficios para el estudiante y las dificultades que surgen durante la resolución de problemas de comunicación visual. El ejercicio práctico tiene un papel importante en el desarrollo profesional del estudiante como parte del fortalecimiento de las materias aprobadas durante la carrera y sumerge al estudiante en situaciones comunes del mundo laboral.

Inhouse FCC nace como un proyecto de grado de Alejandra Monroy y Diego Ardila, estudiantes de Tecnología en Comunicación Gráfica e inicia actividades en el año 2010, bajo la dirección del profesor Javier Pico con el nombre de Gráfika Inhouse. En 2013 queda a cargo de los docentes Julián Valencia y Emir Quiroga como Director Creativo y Director Ejecutivo respectivamente. Luego, Gráfika Inhouse pasa a ser un proyecto de la Facultad de Ciencias de la Comunicación e integra a las carreras de Comunicación Social - Periodismo y Tecnología en Realización Audiovisual, con esta integración cambia su nombre a Inhouse FCC.

Inhouse FCC ofrece un espacio de práctica profesional y voluntariado, donde se trabaja para

clientes reales, que en su caso, son las diferentes dependencias de la Corporación Minuto de Dios y de UNIMINUTO, dando la oportunidad al estudiante de alimentar su portafolio con trabajos auténticos y de aprender a manejar clientes que desconocen los conceptos de diseño y comunicación. El colectivo trabaja en proyectos importantes y son los estudiantes quienes desarrollan estrategias de comunicación y piezas gráficas bajo la guía de los directores, quienes acompañan y complementan el proceso de aprendizaje y elaboración de productos gráficos.

Bajo este contexto, el proyecto muestra el progreso gráfico en la práctica profesional por medio de los proyectos realizados, describiendo brevemente el proceso de elaboración y los resultados de cada uno. Asimismo, se abordan los conceptos comprendidos durante la carrera que fueron parte esencial en la realización de los productos gráficos. Por último, se presenta una reconstrucción histórica de Inhouse FCC que pretende ser un aporte, que es el resultado del análisis desarrollado en el proyecto, con el fin de dejar un ladrillo que contribuya en la edificación de este proyecto académico, el cual ha sido fundamental en la formación de muchos estudiantes que han pasado por él.

08

**OB  
JETI  
VOS**



# Objetivo General

Sistematizar el proceso de práctica profesional, a través de la muestra de los proyectos realizados y el análisis de los elementos que reúnen las habilidades adquiridas gracias al acercamiento al mundo laboral, bajo el acompañamiento de personas capacitadas y con experiencia en el medio.

## Objetivos Específicos

- › Enunciar los conceptos abordados en el aula, que se implementaron en el desarrollo de las piezas y proyectos durante la práctica.
- › Analizar el desarrollo de los principales proyectos realizados, discriminando como se aplican los conceptos vistos durante la carrera.
- › Determinar las fortalezas y debilidades del proceso de práctica profesional en Inhouse FCC.
- › Generar un producto gráfico que reúna los momentos más importantes de la historia de Inhouse FCC.

10

JUS  
TIFICA  
CIÓN

Inhouse FCC ha sido desde sus inicios, un espacio donde los estudiantes buscan reforzar sus conocimientos e igualmente ponerlos en práctica, no como un trabajo simulado en clase, sino como un trabajo real, que enfrenta problemas o necesidades de comunicación frecuentes dentro de una gran organización, tal como lo es UNIMINUTO y las diferentes dependencias de la Corporación Minuto de Dios. Así lo plasman en sus proyectos de sistematización Linda Villate y David Acosta, quienes realizaron su práctica profesional en Inhouse FCC en periodos distintos, pero también demostraron el progreso a lo largo de su paso por el colectivo y cada uno por su parte, generó un aporte que ayudó a solidificar este proyecto académico.

Esta sistematización, integra los conceptos teóricos abordados en clase, la evidencia física de su aplicación y su respectivo análisis, lo que permite el reconocimiento de las habilidades profesionales y personales, fortalecidas por la exposición a un escenario de trabajo real guiado por docentes calificados. Partiendo de ésta recopilación y análisis, se determinan aspectos por mantener o fortalecer en la metodología de trabajo dentro del colectivo, para ampliar las oportunidades de perfeccionar el aprendizaje por medio de Inhouse, lo que aporta al crecimiento del colectivo como espacio de conocimiento práctico. Asimismo, analiza las fortalezas y los aspectos por mejorar del colectivo y genera

un producto que contribuye al fortalecimiento de Inhouse FCC como opción válida para realizar la práctica profesional.

Durante la práctica profesional, también se observaron debilidades en el reconocimiento del origen y la historia de Inhouse FCC. Los estudiantes participantes del proyecto, conocen los aspectos actuales y relevantes para sus intereses personales, pero vagos detalles del origen, su constitución como agencia creativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y los beneficios que ha generado a estudiantes, docentes y egresados.

De acuerdo con esto, se realiza una investigación que reúne los hitos históricos de Inhouse FCC, y los desarrolla en torno a la documentación recopilada y la información adquirida de las personas que hicieron parte primordial en el desarrollo y consecución del colectivo, como proyecto de la carrera en Tecnología en Comunicación Gráfica, y posteriormente, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Finalmente, se integra la información recopilada sobre el origen y la historia de Inhouse FCC, en un producto gráfico editorial abierto a consulta de estudiantes, docentes y egresados como un aporte de investigación o desarrollo de futuros proyectos académicos que se realicen en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de UNIMINUTO.

12

**ANTE  
CEDEN  
TES**

Por Ana María Suárez Amaya. (2009)

## **Sistematización de Experiencia Profesional: Diseño del Manual de Identidad Visual de la Unidad de Comunicación Multimedia**

Este proyecto de sistematización, se realiza en torno a resolver la siguiente pregunta:

*¿Cómo lograr una efectiva funcionalidad y representación de los valores institucionales de la Unidad de Comunicación Multimedia en el diseño de su manual de identidad visual? (Suárez, 2009)*

Para resolver esta problemática, realiza el diseño del logo de la Unidad de Comunicación Multimedia y estructura detenidamente el manual de identidad visual, que en adelante, será el que identifique el proyecto institucional que escogió. Con este proyecto, se muestra el proceso y el esfuerzo que se entrega al realizar la sistematización de experiencias. Igualmente, se reconoce el progreso académico del estudiante en el momento de exponer su proyecto, sustentado teóricamente y confirmado en la elaboración del producto gráfico.

Por Linda Jennifer Villate Cuestas (2012)

## **Sistematización Experiencias Personales en Gráfik Inhouse**

La sistematización de Linda se enfoca en mostrar y analizar los procesos y avances en los resultados evidenciados en los productos gráficos que realiza durante su práctica profesional. Igualmente, se observa y detalla el desarrollo de las sesiones de trabajo con una metodología donde se registra en actas, los avances y acuerdos realizados entre los participantes del colectivo y los directores, para organizar el trabajo pendiente y los parámetros de entrega de cada uno, dependiendo de los requerimientos

y necesidades del cliente. Esta metodología se sostuvo durante el periodo en que el colectivo era un proyecto de la carrera y recibía el nombre de Gráfik Inhouse bajo la dirección del profesor Javier Pico.

El proyecto de Linda es relevante para esta sistematización porque registra indirectamente el punto de transición del colectivo como Gráfik Inhouse a Inhouse FCC, lo que permite reconocer y diferenciar los procesos académicos y organizacionales que se llevaron a cabo en los inicios de la misma. Partiendo de esto, se alimenta por medio de la documentación, la reconstrucción histórica de InHouse FCC, que es en sí misma, una de las finalidades de este proyecto de grado.

**Por David Alejandro Acosta T. (2014)**  
**Sistematización Experiencias:**  
**Práctica Profesional Inhouse FCC**

En este proyecto, David hace una descripción de las partes del proyecto y la importancia de realizar la sistematización como trabajo de grado, reuniendo varias definiciones y citas que apoyan el desarrollo de la misma para que los estudiantes finalicen sus carreras. Más allá de la justificación del proyecto, tiene como objetivo mostrar el proceso académico y laboral que se llevó a cabo durante su práctica profesional, describiéndolo desde su perspectiva a través de una bitácora, la muestra de los agentes que aportaron a su aprendizaje y un análisis de los resultados obtenidos. Por último, realiza un aporte a Inhouse que agrupa las habilidades adquiridas y resuelve deficiencias que consideró importantes de acuerdo con su experiencia personal.

Su aporte para esta sistematización, es el registro y la justificación de esta metodología como proyecto de grado, mostrando así, los beneficios académicos que adquieren los practicantes y voluntarios en Inhouse FCC. Igualmente, describe el sistema que han diseñado los docentes Julián Valencia y Emir Quiroga para la distribución y control del trabajo que se realiza en el colectivo, sistema que se ha fortalecido e instituido desde el año 2013, cuando los docentes asumieron la dirección del colectivo.



**16**

**AGEN  
TES**



## Emir Quiroga

Publicista y Comunicador Visual, con experiencia de trabajo en agencias de publicidad. Estudió publicidad en la Universidad Central y comunicación visual en la Universidad de Palermo en Argentina. Ha trabajado en Ecuador y Argentina en diferentes agencias de publicidad y ha realizado proyectos para Leo Burnett, McCann Erickson y Grey. En UNIMINUTO, es docente, Director Ejecutivo en Inhouse FCC y maneja un semillero de investigación de la Historia de la Publicidad.

## Alejandro Jiménez

Fue compañero y posteriormente amigo, quien acompañó gran parte de los proyectos realizados durante la práctica, se obtuvieron logros importantes como el reconocimiento por desarrollo de piezas gráficas y publicitarias en la Novena Semana Internacional de la Comunicación, gracias a la unión y las capacidades que cada uno exaltó del otro.

## Julián Valencia

Estudió en la Universidad del Quindío Bellas Artes, posteriormente realizó cursos en Taller Dos de Calarcá, una escuela de Comunicación Gráfica. Se trasladó a Bogotá y estudió en LaSalle College International; continuó sus estudios en UNIMINUTO, primero Tecnología en Comunicación Gráfica, y por último, Licenciatura en Educación Básica con Énfasis en Educación Artística. Actualmente, es docente en UNIMINUTO en la carrera de Tecnología en Comunicación Gráfica y Director Creativo en Inhouse FCC.

## Hammer Silva - Andrés Moreno

Ingresaron a Inhouse cuando estaba a mitad de la práctica profesional, se encomendó la tarea como parte de la práctica, guiarlos en su proceso inicial, siendo así una labor de aporte y difusión de los conocimientos adquiridos gracias a la práctica.

# DEPENDENCIAS

Las siguientes fueron las dependencias más relevantes, para las que se desarrollaron estrategias de comunicación o piezas gráficas.

## Facultad de Ciencias de la Comunicación

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de UNIMINUTO, se caracteriza por ser un centro de pensamiento e investigación sobre la dimensión comunicativa de las problemáticas que afectan al país. En este marco, forma comunicadores al servicio del desarrollo sostenible y la innovación social, consolidando proyectos colectivos de transformación, a partir de una reflexión ética.

## CED Centro de Educación para el Desarrollo

Somos la unidad de Educación para el Desarrollo y Proyección Social de UNIMINUTO. La misión del CED es fortalecer en personas, organizaciones y comunidades vulnerables, sus valores, conocimientos y habilidades en responsabilidad social y ciudadanía activa, para que se conviertan en agentes del desarrollo y protagonistas de su transformación social.

## Corporación Minuto de Dios

El Minuto de Dios, es considerada una de las obras de servicio social más influyentes del país, por su propuesta de desarrollo integral que dio origen a diversas entidades que de manera especializada atienden las líneas de acción social definidas por la organización. Esto es posible, gracias a la iniciativa de nuestro fundador y mentor el Padre Rafael García-Herreros que consagró su vida y su ministerio al servicio de los más necesitados.

## Corporación Minuto de Dios

UNIMINUTO Radio es la Emisora Universitaria de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, se puede escuchar en Bogotá y el centro del país en 1430 AM y en internet a través de [www.uniminutoradio.com](http://www.uniminutoradio.com). Este proyecto radial basa su trabajo en el resultado de investigaciones de las diferentes facultades y programas académicos de UNIMINUTO, con el fin de hacer de estas investigaciones, productos radiofónicos que puedan ser escuchados, debatidos, confrontados y cuestionados por la comunidad académica y los diferentes actores sociales que tiene UNIMINUTO como centro de pensamiento.

## Gestión Humana

Gestiona para que UNIMINUTO cuente con un equipo humano consolidado, comprometido, alineado, competitivo e idóneo, que genere valor y brinde aportes para el cumplimiento de la Misión Institucional.

**20**

**REÇO  
LECCIÓN  
DE INFORMACIÓN**

# BITÁ CORRA JUNIO 2015

## Causa Beatificación y Canonización del Siervo de Dios Rafael García Herreros

- › Cliente: Corporación Minuto de Dios
- › Pieza: Infografía para Mailing
- › Tamaño: Se utiliza como base un ancho de 720px y largo libre debido al medio al que se dirige.

Nos solicitaron realizar una propuesta de infografía para explicar a fondo el proceso que hasta la fecha se ha adelantado de la Causa de Beatificación y Canonización del Siervo de Dios Rafael García Herreros. Para este proyecto se realizaron dos propuestas una realizada por Alejandro Jiménez y la otra por mí, éstas fueron enviadas al cliente quien aprobó mi propuesta y pidió algunos cambios en los textos. Oficialmente, fue mi primer proyecto como practicante en Inhouse FCC.



**Causa de Beatificación  
y Canonización del Siervo de Dios  
Rafael García Herreros**



**Eje Pastoral**

Se ha constituido una comisión pastoral y hemos tenido varias reuniones para definir las estrategias pastorales a seguir a fin de motivar la devoción al Siervo de Dios, guardando siempre la prudencia de no caer en culto público. Se ha elaborado ya el logo de la causa, que identifica la página web, los boletines y toda la papelería que se utilice en este proyecto. Se han conformado equipos de trabajo para empezar a producir material, a fin de acompañar el proceso pastoral de la causa en las diferentes comunidades que tienen algún tipo de vínculo con el Siervo de Dios.

Contamos también con una oficina exclusiva para la causa, que fue generosamente prestada por la Fundación Eudes y que se encuentra ubicada en:

Diagonal 81F No. 73 B - 06, Int. 4  
Barrio Minuto de Dios, Bogotá D.C.  
Tel. (1) 4309734 Colombia.  
CausaPGarciaHerreros@minutodedios.org

**Eje Investigativo**

Se está realizando la sistematización del Centro de Documentación RGH (archivo de libros y publicaciones diversas, alrededor de 1700 ejemplares que tienen que ver con la vida y obra del Siervo de Dios).

Este trabajo fue encargado a GestArch S.A.S, con los siguientes resultados que reposan en la Dirección de Investigaciones de UNIMINUTO:

Inventario Total de Archivos

Tablas de contenidos (digitalizadas e impresas y pegadas a cada tomo) de todos los tomos de recortes de prensa.

Catalogación de todos los documentos en el Sistema de Bibliotecas RGH de UNIMINUTO, bajo el rótulo CDGRH.

Categorización (humana, social y educativa) del pensamiento del Siervo de Dios, a través de sus obras, y bajo la técnica de análisis de contenido; en concreto se están trabajando las siguientes categorías: hombre, mujer, infancia, familia, sociedad, patria, comunismo, educación. Una investigadora está contratada para ello.

A partir de 2015 se inicia la investigación académica sobre las virtudes y otros aspectos de la vida y obra del Siervo de Dios, trabajo que debe dar como fruto una obra académica para enriquecer la identidad y misionalidad de la OMD.

**Aspecto Financiero**

Toda causa de canonización comporta gastos que deben ser asumidos por el Actor del proceso; en nuestro caso la Congregación de Jesús y María (CJM) con el apoyo de las entidades de la Organización El Minuto de Dios: Corporación El Minuto de Dios, UNIMINUTO, Corporación Centro Carismático Minuto de Dios, FUNDASES, LUMEN TV, Corporación Educativa Minuto de Dios, FUNDASES, Corporación Industrial Minuto de Dios y la Fundación EUDES.

También se requiere el apoyo de todas las personas y entidades de buena voluntad que quieran contribuir a financiar la causa.

**INFORMES**

Diagonal 81F No. 73 B - 06, Int. 4  
Barrio Minuto de Dios, Bogotá D.C.  
Tel. (1) 4309734 Colombia  
CausaPGarciaHerreros@minutodedios.org

**¿Qué es  
Canonización?**

Por canonización debemos entender el acto por el cual el Santo Padre declara que un fiel cristiano ha vivido en fidelidad a Cristo y conforme a los valores del Reino de Dios, de tal forma que es presentado a toda la Iglesia como modelo de vida cristiana.

El proceso de canonización es un proceso especial que está regido por normas muy específicas, dictadas por el Santo Padre a través de la Congregación para la Causa de los Santos de la Santa Sede.

Este proceso consta de dos instancias: la que se adelanta en la Diócesis donde fallece el fiel cristiano y la que se adelanta en la Santa Sede (Roma).

Está conformado por 4 fases y en cada una recibe un nombre:

Fase Diocesana	→	Siervo de Dios
Fase Romana	→	Venerable
Comprobación del 1er. Milagro	→	Beato/Bienaventurado
Comprobación del 2do. Milagro	→	Santo

La Causa de nuestro Siervo de Dios padre Rafael García-Herreros Unda la hemos estructurado en 3 ejes fundamentales.

Cada uno tiene un responsable, pero todos se encuentran articulados en un coordinador de todo el proyecto que es el Vicepostulador de la Causa, R.P. Iván Díaz Gómez, cjm.

Eje Canónico

Eje Pastoral

Eje Investigativo

Nos encontramos en la fase diocesana cuyo objetivo es demostrar que el Siervo de Dios vivió en grado heroico las diferentes virtudes (teologales y cardinales) propuestas por la Iglesia para la perfección cristiana, como también la heroicidad en la vivencia de las obligaciones evangélicas (castidad, pobreza y obediencia).

**¿Virtud heroica?**

Es un hábito infuso por el cual el ser humano, movido por la gracia divina, de frente a las mayores dificultades, se comporta habitualmente de un modo fuera de lo común, ejercitando arduos y continuados actos de virtud con buen ánimo y gusto.

**Eje Jurídico-Canónico**



# Hasta el momento

## Eje Jurídico - Canónico

2012

La CJM, por medio de la Provincia Minuto de Dios, consultó con el señor obispo de la Diócesis de Engativá, Héctor Gutiérrez Pabón (obispo competente para iniciar la Causa de beatificación por ser el lugar donde falleció el Siervo de Dios) la viabilidad y oportunidad para dar inicio al proceso de beatificación, a lo cual la CJM recibió un parecer positivo. (1 de noviembre de 2012).

La CJM nombró como Postuladora a la Dra. Silvia Mónica Corrales, miembro del Colegio de Postuladores de Roma, quien viajó a Colombia en el mes de mayo para conocer *in situ* al Siervo de Dios y la obra creada por él, se reunió con diferentes asociados, colaboradores y amigos de la CJM y la OMD. Con estas reuniones, la Dra. Silvia comprendió la altura de la figura del P. Rafael García-Herreros y el gran aporte que dio a la Iglesia y a la sociedad colombiana, por eso consideró que ésta sería una de las Causas más importantes para la Iglesia colombiana.

2013

El señor Obispo presentó la petición de la CJM a la Conferencia Episcopal de Colombia, obteniendo la aprobación unánime de la misma para que se procediera con la Causa (7 de febrero). Después se hizo pública la solicitud a todo el pueblo colombiano a través de los medios de comunicación del país para que quien tuviera objeciones se las hiciera saber al señor Obispo.

La Postuladora presentó al señor Obispo el *Suplex Libellus*, a través del cual se pide la introducción de la Causa. Junto con este documento se presentó una biografía del Siervo de Dios, copia de los escritos del Siervo de Dios (27 ejemplares de las obras completas, editadas hasta la fecha por el P. Diego Jaramillo) y una lista de 88 testigos.

Luego el señor Obispo escribió a la Congregación para la Causa de los Santos, solicitando que se le informe si existe algún obstáculo en los dicasterios de Roma a la petición de la CJM (*Nihil obstat*) (15 de agosto).

Se nombró una comisión de historiadores (R.P. Alberto Gutiérrez Jaramillo, SJ, Dr. Antonio Cacua Prada y Dra. Norma Constanza Reyes Escobar) para que recopilaran todos los escritos inéditos del Siervo de Dios y demás documentos que tengan que ver con la Causa, como también elaboraran una contextualización histórica de la época del Siervo de Dios.

2014

Durante los meses de enero a abril se envió a Roma al P. Iván Díaz Gómez, cjm para que realizara en la Congregación para la Causa de los Santos el *Studium* de Postuladores, a fin de que a su regreso a Colombia asumiera el cargo de Vicepostulador diocesano.

El 6 de mayo, a petición del Superior General de la CJM, el P. Iván Díaz fue nombrado por la Postuladora como Vicepostulador de la Causa.

Julio 25: se nombró a los peritos en teología para el estudio de las Obras Completas del Siervo de Dios, cuyos nombres deben permanecer en reserva sumarial (profesores de teología de la U. Javeriana de Bogotá), quienes tomaron posesión del cargo el 1 de agosto, y el 11 de agosto a cada uno se le entregaron los 27 volúmenes de las Obras Completas para su estudio.

El 3 de octubre se realizó la sesión de apertura al tribunal *Ne Pereant Probationes* (NPP). Este es un recurso extraordinario, que permite la norma, para escuchar el testimonio de aquellas personas que por su edad o estado de salud puedan fallecer y no aguanten los momentos procesales ordinarios. Esa sesión fue presidida por el señor Obispo competente, con la asistencia del señor Canciller de la (Diócesis R.P. Andrés Benjamin Coral Mayoral).

Con la sesión de apertura se dio inicio a la etapa probatoria, en la que se cita a los testigos a dar su testimonio a partir de un interrogatorio presentado por el Promotor de Justicia. Nos encontramos recogiendo los testimonios de las personas a quienes, por su edad o situación médica, urge que se les oiga; después pasaremos a oír los testimonios de los demás testigos presentados en el proceso. Es importante aclarar que los testigos que se citaron fueron los que previamente presentó la CJM, en número de 88 para ser sometidos al interrogatorio antes mencionado.

En esta sesión tomaron posesión, con juramento solemne, los miembros del Tribunal NPP (RR.PP. Julio César Giraldo Giraldo y Ramón Bueno Ballesteros, de la Arquidiócesis de Bogotá, juez y promotor de justicia respectivamente, y el Dr. Wilson Chavarro Garzón como notario actuario, todos ellos jueces del Tribunal Eclesiástico Único de Apelación para Colombia); también hicieron su juramento y posesión los miembros de la Comisión Histórica y el Vicepostulador. Esta sesión contó con la intervención del R.P. Bernardo Vergara, Superior de la Provincia Minuto de Dios, y R.P. Diego Jaramillo, Presidente de la OMD; también tuvimos el acompañamiento de diferentes directivas de las empresas de la OMD, asociados y amigos de la CJM, colaboradores de las diferentes empresas de la OMD, residentes del Barrio Minuto de Dios y parientes del siervo de Dios Rafael García Herreros.

**Eje Pastoral**

Este eje busca, mediante acciones pastorales, mantener viva la imagen del Siervo de Dios entre los fieles, a fin de que su fama de santidad y su fama agnoscum sean espontáneas, estables, continuas y difundidas en el tiempo y en el espacio entre personas dignas de fe. Esta es la dimensión evangelizadora de la Causa.

Este eje es desarrollado por un equipo de pastoral, liderado por el superior provincial suabita, P. Bernardo Vergara, que, al equipo, mediante diversas estrategias pastorales, mantiene viva la fama de santidad y la fama agnoscum del Siervo de Dios.

Este eje está presente tanto en las acciones como en la base humana y posterior a la canonización, es decir, es un eje que debe permanecer en el tiempo.

Se invita a las personas a:

Visitar el sitio web de la causa [www.padreraphaelgarciaherreros.com](http://www.padreraphaelgarciaherreros.com)

Informarse a través de los boletines. Para recibirlos, puede inscribirse en nuestro electrónico en [CausaP@padreraphaelgarciaherreros.com](mailto:CausaP@padreraphaelgarciaherreros.com)

Estar atento a las noticias de la Causa, a través de los medios de comunicación y seguir a través de esos noticios.

Recor la oración oficial, pidiendo la intercesión del Siervo de Dios Rafael García Herreros por las oraciones memoriales y comunicaciones entre, entre la patria y el mundo del Siervo de Dios (RGR), acorran a la Oficina de la Causa, para conocer los procesos, empadronar el seguimiento y la actualización del Siervo de Dios y apoyar la Causa.

**Eje Investigativo**

Este eje busca, mediante un ejercicio académico y de rigurosidad intelectual, sistematizar la vivencia del Siervo de Dios como ser humano, como cristiano y como sacerdote católico, y el legado que desde su vivencia dejó para el mundo de su época y el mundo contemporáneo y futuro. Todos estos elementos ayudan a elaborar la *Proleptis* por parte de la Postuladora y con el concurso de la CJM y de El Minuto de Dios (OMD).

Este eje será desarrollado por un equipo investigador sociológico, liderado por el P. Carlos Julio, cjm.



Se proponen como temáticas investigativas los mismos elementos que se indagán en el eje jurídico-canónico, a saber:

- Virtudes teológicas: fe, esperanza y caridad.
- Virtudes cardinales: prudencia, fortaleza, justicia y templanza.
- Consejos evangélicos: castidad, obediencia y pobreza.
- Otros posibles rasgos de personalidad y espiritualidad que se detectan de la vida y obra del Siervo de Dios (educación, asistencia social, pastoral con los exalados de todo nivel, comunicador social, evangelizador, escritor, etc.).

El eje de investigación debe dar cuenta de la construcción de un cuerpo de documentación, un archivo y múltiples publicaciones que debieran ser acompañadas con toda la comunidad universitaria y externa a toda la comunidad Minuto de Dios (OMD) estos productos, igualmente, deben servir como fuente de consulta para futuras investigaciones académicas y sociales alrededor de la figura del Siervo de Dios y la obra "El Minuto de Dios".

# Campaña Secretaría Académica

- › Cliente: Secretaría Académica Facultad de Ciencias de la Comunicación
- › Pieza: Banner Web
- › Tamaño: 1920px X 1080px

Esta campaña surge de la necesidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en UNIMINUTO de promover el uso de los medios virtuales institucionales en docentes y estudiantes, mostrando los beneficios y las dificultades que se presentan por no utilizarlos. Para este proyecto trabajamos en equipo y con la asesoría del profesor Emir Quiroga, realizamos una serie de conceptos y fotografías que abordaban cada falencia indicada por el cliente.





¡Mejor usa el  
 Correo Institucional!

MARIA:  
 REUNIÓN  
 DE ACREDITACIÓN  
 A LAS  
 10:00 a.m.  
 Sala de Juntas

biblioteca.uniminuto.edu

Una campaña de la Secretaría Académica FCC

UNIMINUTO

¡El Cero también es nota!  
 Registra tus notas completas

Identificación	Nombre	Nota
000014002	BALLÓN BETANCUR, MARÍA JOSÉ	100
000014121	CONTRERAS HERNÁNDEZ, VICTORIA	100
000026790	SANCHEZ CASTAÑO, SOFÍA	100
000033238	SANTOYUNIBAL, ANA	Registrado
000023237	PARRALES CORTIJA, CAROLINA	100
000029912	RODRIGUEZ RODRIGUEZ, CRISTINA C	100
000024247	CHAVEZ LAMARCA, PRISCILA E.	100
000028276	JIMENEZ GUERRA, MARCELO	100
000027967	BRUNO BELLO, MANUEL	Registrado

Una campaña de la Secretaría Académica FCC

UNIMINUTO

Puede realizar  
 actualizaciones y consultas  
 en Génesis, Banner y Secretaría Académica

RAÚL MARTÍNEZ PÉREZ

TIPO DE DOCUMENTO: CC-9446725  
 FECHA DE NACIMIENTO: 5 De Julio 1970  
 LUGAR DE NACIMIENTO: Bogotá D.C.  
 DEPARTAMENTO NACIMIENTO: Bogotá D.C.  
 SEXO: M  
 EDAD: 45  
 INSTITUCIONAL: rmartinez@uniminuto.edu

¡Actualizar!

Dirección: Q. 78 - 71 22 N  
 Lugar: Chigacha  
 Modalidad actual: Bogotá  
 Agosto 2014

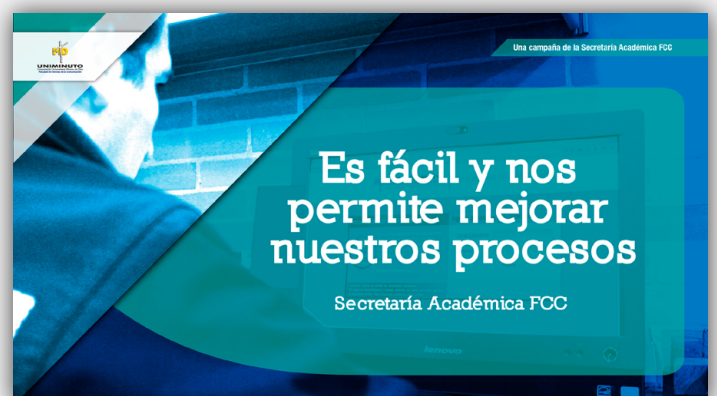
Una campaña de la Secretaría Académica FCC



## Infografía Sincronización de correos

- › Cliente: Secretaría Académica Facultad de Ciencias de la Comunicación
- › Pieza: Infografía para Mailing
- › Tamaño: 1920px X 1080px

En conjunto con el trabajo anterior, se realizó una infografía para explicar la sincronización de los correos en los smartphones como complemento a las piezas anteriores. Esta pieza la realicé individualmente, de acuerdo con el desarrollo de todos los productos de esta campaña, mantuve la misma línea visual con algunas modificaciones de color.



# IX Semana Internacional de la Comunicación

- › Cliente: Facultad de Ciencias de la Comunicación
- › Pieza: Varias
- › Tamaño: Varios

La Semana Internacional de la Comunicación es un evento que realiza la Facultad de Ciencias de la Comunicación cada año, en la cual se reúnen todas las carreras de la misma. Para esta versión, se solicitó a estudiantes de Tecnología en Comunicación Gráfica dentro de algunas de sus materias, realizar como proyecto de clase, la imagen de la Novena Semana Internacional de la Comunicación. Inhouse FCC realizó una votación entre las directivas de la facultad para definir cuál de ellas sería la elegida para esta versión y se escogió la imagen realizada por Moisés Rubiano pero se sugirió un ajuste en los colores. En junio se realizaron estas piezas:

## Afiche Oficial Impreso

El desarrollo de esta pieza era primordial para definir la imagen de la novena versión de la Semana Internacional de la Comunicación. Bajo la guía del profesor Julián, modifiqué y completé la línea gráfica del evento. Para esto, hice cambios en la pieza original de Moisés, reemplazando los íconos de fondo con unos que encierran conceptos claves del tema de la Novena Semana Internacional de la Comunicación, que fueron diseñados por Alejandro Jiménez con quién definimos cuáles serían los más relevantes para integrarlos en el afiche oficial. Por otro lado, incliné la imagen, para hacerlo más dinámico e igualmente, definí formas y la tipografía que se usaría. De acuerdo con esto, se presentaron 3 propuestas de color y línea gráfica que se usaría en todas las piezas del evento.



**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Facultad de Ciencias de la Comunicación



**“ CREATIVIDAD  
MEMORIA Y  
RESISTENCIAS ”**

**DEL 24 AL 29 DE  
AGOSTO**  
SEDE PRINCIPAL UNIMINUTO

Si lo tuyo es la comunicación  
asiste a las actividades  
de forma gratuita  
con previa inscripción.

**ASISTENCIA  
CERTIFICADA**

**TERCER DIÁLOGO DE SABERES  
EN COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN**

Diseño: María Rullany / Diagramación: WERBOUTE EGO

**Mayor Información**

**Angélica Barrios**  
angelica.barrios@uniminuto.edu  
Tel. 2916520 Ext. 6239  
[www.uniminuto.edu/web/fcc/semana-de-la-comunicacion](http://www.uniminuto.edu/web/fcc/semana-de-la-comunicacion)

**Walter Reina**  
walter.reina@uniminuto.edu  
Tel. 2916520 Ext. 6239



# Afiche para Convocatoria Ponencias

Para esta pieza se hizo una adaptación del Afiche Oficial que sería publicada por redes sociales y medios web.

**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**“CREATIVIDAD  
MEMORIA Y  
RESISTENCIAS”**

**CONVOCATORIA  
DE PONENCIAS**

Envíanos tu ponencia  
y participa en este  
importante evento

**Fecha Cierre  
24 de Julio**

**NOVENA  
SEMANA  
INTERNACIONAL  
DE LA  
Comunicación  
2015**

**Mayor Información**  
Angélica Barrios  
Líder de Apoyo del Evento  
[www.uniminuto.edu/web/fcc/semana-de-la-comunicacion](http://www.uniminuto.edu/web/fcc/semana-de-la-comunicacion)

angelica.barrios@uniminuto.edu  
Tel. 2916520 Ext. 6239

**Semana  
Internacional de la  
Comunicación**



## Banner Redes Sociales y TV

Esta pieza sería la que se usaría de portada en las redes sociales del evento, solo sería modificado el tamaño y dimensiones para cada medio.



La Semana Internacional de la Comunicación es el evento más importante de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Durante una semana convocamos a personalidades de la comunidad académica, organizaciones e instituciones locales, nacionales e internacionales, con quienes compartimos intereses, proyecciones y trabajo en el campo de la comunicación.

Somos guiados por un objetivo central: provocar un acercamiento entre nuestros estudiantes y la comunidad académica nacional e internacional, con el fin de ampliar e intercambiar conocimientos y perspectivas respecto a las diversas problemáticas sociales del momento, y analizar cómo desde el campo de la comunicación contribuimos activamente en la construcción de ciudad y país.



**VIERNES 28 DE AGOSTO**

MORNING	Diálogo con Realizadores Audiovisuales Nacionales 10:00 a 1:00 pm - B206	Presentación estrategia publicitaria: 18 Celso en un Jugó 10:30 a 12:00 pm - C205	Taller Fotografía Documental Federico Ríos 10:00 a 1:00 pm - C203
AFTERNOON	CONFERENCIA: Proyectando Memoria 2:30 a 5:30 pm - C204		Coloquio Convocatoria de Pasarelas 2:30 a 5:30 pm - B206
EVENING	Festival de Teatro 2:30 a 5:30 pm - B208	Tertulia Fotográfica: La Memoria es la vida 2:30 a 5:30 pm - C205	Taller Fotografía Documental Federico Ríos 2:30 a 5:30 pm - C203
NIGHT	Tempestad de Cine 6:00 a 8:00 pm - C203	Panel Periodismo con Visión de Género 6:00 a 8:00 pm - C204	Taller de Creatividad En Busca del Nuevo Mago Creador 3 6:00 a 8:00 pm - B208
Tertulia Musical: La Prestación Musical en Colombia 8:00 a 10:00 pm - B205			

**SÁBADO 29 DE AGOSTO**

Ciclo de Diseño y Comunicación Digital 10:00 a 12:00 am - B206
---

NOTA: Esta agenda está sujeta a cambios.



**CREATIVIDAD  
MEMORIA Y  
RESISTENCIAS**

**DEL 24 AL 29 DE AGOSTO**  
SEDE PRINCIPAL UNIMINUTO

TERCER DIÁLOGO DE SABERES  
EN COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN



Nombre: \_\_\_\_\_  
ID: \_\_\_\_\_

# Programación

Ya que una de mis habilidades más fuertes es la diagramación, me asignaron el diseño de la programación del evento. Tardé una semana, realizando el diseño que se enviaría a aprobación y durante un mes se revisaron y modificaron textos de la programación en compañía de Angélica Barrios, persona encargada de la organización del evento.

**PROGRAMACIÓN TERCER DIÁLOGO DE SABERES**

**VIERNES 28 DE AGOSTO**

**SÁBADO 29 DE AGOSTO**

**DOMINGO 30 DE AGOSTO**

**MIÉRCOLES 26 DE AGOSTO**

**LUNES 24 DE AGOSTO**

**MARTES 25 DE AGOSTO**

**JUEVES 27 DE AGOSTO**

MORNING	La Memoria es un Proceso de Género (Jairo Muñoz de Pineda) 10:00 a 12:30 pm - B205	Taller de Figura Humana 10:00 a 12:00 pm - B206	Debate sobre la Resistencia y Construcción de Memoria desde la Comunicación: de la teoría a la práctica (Conferencia en Comunicación educativa y crítica) (D206) 10:30 a 12:30 pm - C205
AFTERNOON	Diálogo con Realizadores Audiovisuales Nacionales 10:00 a 1:00 pm - B208	Helado Literario Jivert 10:00 a 1:00 pm - C204	Taller Fotografía Documental Federico Ríos 10:00 a 2:00 pm - C203
EVENING	CONFERENCIA: Dilemas Éticos en la Comunicación y el Cambio Social 2:30 a 5:30 pm - B205		CONFERENCIA: Estrategias para ser el líder en el 2020: Políticas de la vida yéticas de la experiencia 2:30 a 5:30 pm - C203
NIGHT	Coloquio Convocatoria de Pasarelas 2:30 a 5:30 pm - B206	Festival de Teatro 2:30 a 5:30 pm - B208	Ciclo de Diseño y Comunicación Digital 2:30 a 5:30 pm - C204
Comunicación y Resistencia: Carlos Cortés 6:00 a 8:00 pm - B205			
Taller de Creatividad En Busca del Nuevo Mago Creador 2 6:00 a 8:00 pm - B208			
Tempestad de Cine 6:00 a 8:00 pm - C203			
Tertulia Musical: Narrativas del Juego y del Jugó 8:00 a 10:00 pm - B205			

# Afiche para Convocatoria Comité Logístico

Esta pieza también fue diseñada para ser compartida por  
redes sociales y medios web.

**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**CREATIVIDAD  
MEMORIA Y  
RESISTENCIAS**

Te invitamos  
a inscribirte en el  
**COMITÉ  
LOGÍSTICO**

Convocatoria Abierta hasta:  
**19 de Agosto**

Envía tus datos  
al correo electrónico:  
[Walter.reina@uniminuto.edu](mailto:Walter.reina@uniminuto.edu)

**NOVENA  
SEMANA  
INTERNACIONAL  
DE LA  
Comunicación  
2015**

**Mayor Información**  
Angélica Barrios  
Líder de Apoyo del Evento  
[www.uniminuto.edu/web/fcc/semana-de-la-comunicacion](http://www.uniminuto.edu/web/fcc/semana-de-la-comunicacion)  
[angelica.barrios@uniminuto.edu](mailto:angelica.barrios@uniminuto.edu)  
Tel. 2916520 Ext. 6239

**Semana  
Internacional de la  
Comunicación**





## Habladores y Certificados

Quise continuar con la versatilidad de las piezas anteriores y realicé un hablador que fuera visible y contundente para reforzar la imagen del evento, ya que estaría presente en todas las actividades. Hice un certificado que se viera distinto al típico diploma que se entrega en este tipo de eventos.



# TALLER DE FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL



UNIMINUTO  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Te invitamos a inscribirte en el Taller de Fotografía Documental que se realizará durante la Novena Semana Internacional de la Comunicación.

**DEL 24 AL 29 DE AGOSTO**  
de 10:00 a.m. a 2:00 p.m.

## PROGRAMACIÓN

Taller de lunes a viernes 10:00 a.m. - 2:00 p.m.  
Edición y finalización: Viernes 2:00p.m. - 6:00p.m.  
Exposición – inauguración: Sábado 29 de agosto



“CREATIVIDAD  
MEMORIA Y  
RESISTENCIAS”

## ¿CÓMO APLICAR?

Envía al correo electrónico [sictallerdefoto@gmail.com](mailto:sictallerdefoto@gmail.com), la siguiente información:

- \* Serie de fotografías (mínimo 3 y máximo 10 imágenes) con la respectiva descripción del proyecto.
- \* Nombre completo
- \* Celular
- \* E – Mail
- \* Especificanos si eres estudiante o graduado

## OBSERVACIONES

- \* No importa el dispositivo con el cual han sido tomadas las fotografías.
- \* Sólo se pueden enviar archivos digitales, máximo 20 megas por aplicación.
- \* El 21 de agosto se publicaran los resultados.
- \* La deliberación para la selección de los estudiantes estará a cargo de David Fayad y Federico Ríos.

  
Semana  
Internacional de la  
Comunicación

## Banner Taller de Fotografía

Fue una pieza que se compartió en redes sociales para realizar la inscripción al taller.

# BITÁ CORRA JULIO 2015

## Diseño Video Inducción Docente

- › Cliente: Gestión Humana UNIMINUTO
- › Pieza: Video para Inducción
- › Tamaño: 1920px X 1080px

En este proyecto organizamos una dupla con Alejandro Jiménez para el desarrollo del trabajo. Alejandro se encargó de la animación de los elementos realizados por mí que definían diseño y la línea gráfica del video. Este proyecto significó arriesgarse a realizar trabajos en conjunto, en ámbitos aún no conocidos y en un periodo de tiempo reducido. Para el desarrollo realizamos varios storyboard que guiaron cada paso a realizar y así aplicamos conceptos de las materias que no se había aplicado aún (Anexo externo: CD)



## IX Semana Internacional de la Comunicación

- › Cliente: Facultad de Ciencias de la Comunicación
- › Pieza: Varias
- › Tamaño: Varios

Continuando con la Novena Semana Internacional de la Comunicación se realizaron las siguientes piezas:

### Banner Actividades:

Para alimentar las redes sociales e incentivar la participación a los talleres y actividades realicé éstas piezas.

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA COMUNICACIÓN 2015**

**“CREATIVIDAD MEMORIA Y RESISTENCIAS”**

**Día 1**

CONFERENCIA INAUGURAL  
**"El video juego y la historia"**  
 por Carlos González Tardón

La conferencia girará en torno, no solo a la utilización del videojuego como herramienta pedagógica en el aula, sino su relación más profunda en la que se muestra cómo este puede configurar una subjetividad sobre procesos históricos a partir de sus entornos, interfaces, personajes, situaciones, entre otros elementos.

**TERTULIA LITERARIA**  
 Macondo, cultura universal y patrimonio colombiano.

**UNIMINUTO** | **Semana Internacional de la Comunicación**

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA COMUNICACIÓN 2015**

**“CREATIVIDAD MEMORIA Y RESISTENCIAS”**

**Día 1**

**COSTUME PLAY UNIMINUTO**

Para este evento, los asistentes que desean, pueden personificar a sus personajes favoritos del mundo de los videojuegos, esto busca mostrar preferencias y niveles de apropiación de los videojugadores con los personajes protagonistas de los mismos y las subjetividades que se crean a partir de esta relación. E igualmente mostrar otros modos de apropiación de los personajes y mundos del videojuego en formas audiovisuales y gráficas.

**UNIMINUTO** | **Semana Internacional de la Comunicación**

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA COMUNICACIÓN 2015**

**“CREATIVIDAD MEMORIA Y RESISTENCIAS”**

**Día 1**

Los temas propuestos para esta jornada son: La subjetividad y la incorporación del cuerpo en el videojuego. Las empresas del videojuego: estrategias de mercadeo. Entre el contenido y la mecánica: Producción nacional de videojuegos. La transformación social y el videojuego.

**UNIMINUTO** | **Semana Internacional de la Comunicación**

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA COMUNICACIÓN 2015**

**“CREATIVIDAD MEMORIA Y RESISTENCIAS”**

**TERTULIA LITERARIA**

**MACONDO**  
 CULTURA UNIVERSAL,  
 PATRIMONIO COLOMBIANO

LUNES 24 DE  
**AGOSTO**  
 de 10:00 a.m. a 12:30 p.m. - B205

**UNIMINUTO** | **Semana Internacional de la Comunicación**

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA COMUNICACIÓN 2015**

**“CREATIVIDAD MEMORIA Y RESISTENCIAS”**

**TALLER**

**FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL**  
**FEDERICO RÍOS**

DEL 24 AL 29 DE  
**AGOSTO**  
 de 10:00 a.m. a 2:00 p.m.

**UNIMINUTO** | **Semana Internacional de la Comunicación**

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA Comunicación 2015**

**“ CREATIVIDAD MEMORIA Y RESISTENCIAS ”**

**TALLER DE CREATIVIDAD**

**En Busca de Nuestro MAGO CREADOR**

- \* Explora tu capacidad de visualización, propiocepción e interocepción.
- \* Acércate a tus sueños.
- \* Conoce todo lo relacionado con la inteligencia intuitiva.

**25, 26 Y 28 DE AGOSTO**  
DE 6:00 P.M. A 8:00 P.M.

Inscríbete al correo electrónico:  
**walter.reina@uniminuto.edu**  
Asistencia certificada  
Cupos limitados

Mayor información:  
lcontreras@uniminuto.edu

**UNIMINUTO**  
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NOROCCIDENTE  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Semana Internacional de la Comunicación**

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA Comunicación 2015**

**“ CREATIVIDAD MEMORIA Y RESISTENCIAS ”**

**TALLER**

**FIGURA HUMANA**

Participa en este interesante taller en el que podrás desarrollar, construir y relacionar las proporciones de la cabeza con respecto al tronco y las extremidades inferiores del cuerpo, tanto del hombre como de la mujer

Lleva los siguientes materiales:

- \* Carboncillo Charcol Negro, Carboncillo Vegetal o Sanguina.
- \* ¼ de papel edad media o Pliegos de edad media.
- \* Cinta enmascarar, Borrador de nata o Limpia tipos.

**DEL 24 AL 27 DE AGOSTO**  
DE 10:00 AM A 12:00 M

Inscríbete al correo electrónico:  
**walter.reina@uniminuto.edu**  
Asistencia certificada  
Cupos limitados

Mayor información:  
lcontreras@uniminuto.edu

**UNIMINUTO**  
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NOROCCIDENTE  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Semana Internacional de la Comunicación**

# BITÁ CORRA AGOSTO 2015

A partir de este mes, las ocupaciones para Alejandro y para mí, iban más allá de sólo diseñar, también apoyábamos el área organizacional en Inhouse FCC y acompañábamos el proceso de los participantes que hacía voluntariado.

## IX Semana Internacional de la Comunicación

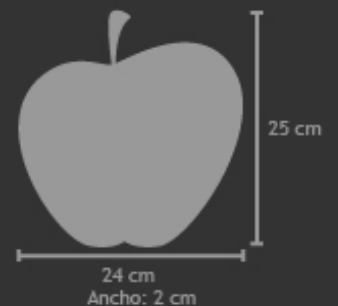
- › Cliente: Facultad de Ciencias de la Comunicación
- › Pieza: Varias
- › Tamaño: Varios

El evento se realizó la última semana de este mes y se realizaron las siguientes piezas:

# Premio Javier Darío Restrepo

Este es un proyecto que significó mucho para Alejandro y para mí porque encontramos complemento en la idea del otro, antes de realizar el diseño los dos desarrollamos un concepto por separado y cada uno estaba convencido de su idea pero queriendo algo más para completar. Por cosas del bloqueo, decidimos compartir nuestras ideas y terminamos combinando las ideas creando un concepto sólido para la pieza.

## INHOUSE FCC Propuesta Final



Acrílico transparente con borde rojo.  
Base color transparente.

BASE PLACA GRANDE  
Alto: 2 cm  
Ancho: 7 cm  
Largo: 14 cm

BASE PLACA PEQUEÑA  
Alto: 2 cm  
Ancho: 5 cm  
Largo: 7 cm





Imágenes tomadas de la cuenta de Flickr de la  
Semana Internacional de la Comunicación

## Cubrimiento en Redes Sociales

Aunque no tenía mucho conocimiento como Community Manager, seguí algunas instrucciones de parte de Alejandra Zárate, asistente de Escuela de Medios, y realicé el trabajo solicitado durante el evento.

## Programación por día Abrebocas

Para alimentar las redes sociales, publicaba día a día la programación linkeando la página web, para eso, acompañaba el enlace con una de esas imágenes.

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA Comunicación 2015**

**LUNES 24 DE AGOSTO**

Tertulia Literaria: MACONDO

Taller de Figura Humana

La telenovela en Colombia como factor de identidad nacional

Taller Fotografía Documental

Costume Play UNIMINUTO

Festival de Teatro

Presentación Propuesta Modus Operandi

UNIMINUTO  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Semana Internacional de la Comunicación

**NOVENA SEMANA INTERNACIONAL DE LA Comunicación 2015**

**JUEVES 27 DE AGOSTO**

Taller de Fotografía Documental

Diálogo con Realizadores Audiovisuales Nacionales

La Guerra que no hemos visto, un proyecto de memoria histórica

Tertulia Fotografía de la Memoria

Proyección de Película: "Un tigre de papel" de Luis Ospina

Taller de Figura Humana

El Papel del Arte en los Procesos de Memoria y Resistencia

Festival de Teatro

¿Cómo desde el periodismo se puede fomentar una cultura de paz?

Master Class de Luis Ospina

Rojo, Negro o Blanco ¿Qué sombrero te pones?

El Payaso en el Medio Audiovisual

Temporada de Cine

UNIMINUTO  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Semana Internacional de la Comunicación

# BITÁ CORRA SEPTIEMBRE 2015

## Campaña Secretaría Académica

- › Cliente: Secretaría Académica FCC
- › Pieza: Afiches - Banners para TV
- › Tamaño: Tabloide - 1920px X 1080px

Se enviaron algunas propuestas para aprobación del cliente de las cuales se escogieron dos y se realizó la adaptación a Afiche para enviar a impresión. En conjunto con esto, se envió una nueva info-grafía.



# ¡Profe!

El cero también es nota  
Registra tus notas completas



Socializa las notas con tus estudiantes antes de subirlas a Génesis



Registra oportunamente tus notas



No te escondas

## Recuerda:

Fecha de Registro de notas en Génesis:

del 26 al 31 de Octubre 2015

Una campaña de:  
Secretaría Académica  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

© ANIMA DESIGN / INNOVATI ETC





# ¡Profe!

No te escondas



Socializa las notas con tus estudiantes antes de subirlas a Génesis



Registra oportunamente tus notas



El cero también es nota. No dejes registros en blanco.

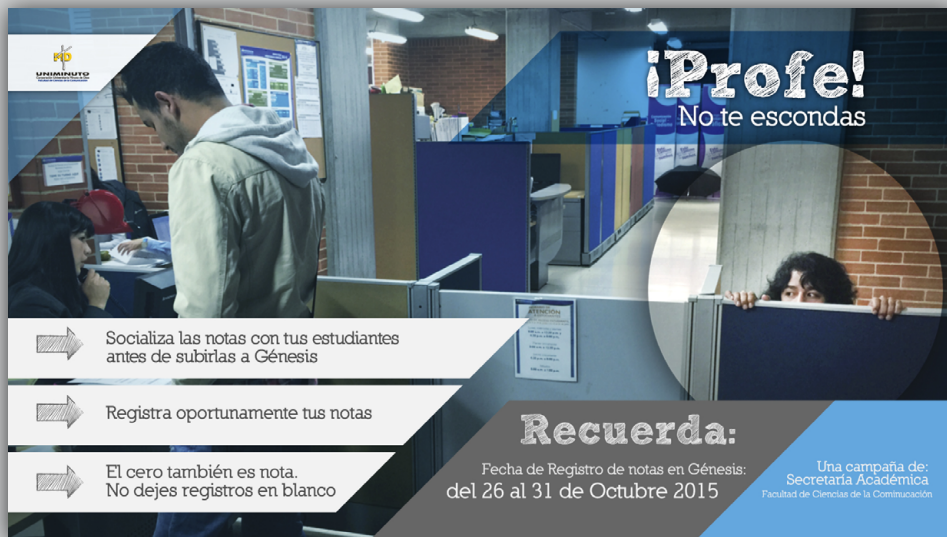
## Recuerda:

Fecha de Registro de notas en Génesis:

del 26 al 31 de Octubre 2015

Una campaña de:  
Secretaría Académica  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

© UNIVERSIDAD MINUTO





Una campaña de la Secretaría Académica FCC

# ¡Profe!

## Accede al Correo Institucional con rol de Profesor

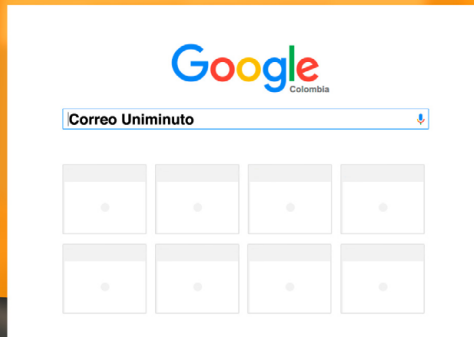
En Pocos Pasos



Una campaña de la Secretaría Académica FCC

### Paso 1

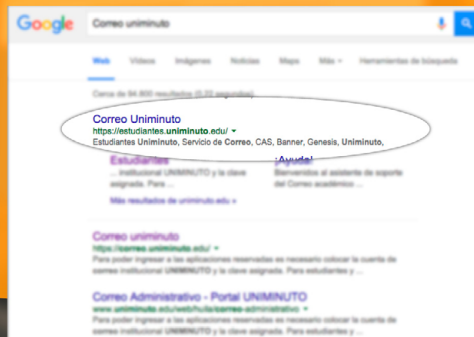
Ingresa al navegador y busca: Correo uniminuto



Una campaña de la Secretaría Académica FCC

### Paso 2

Luego, debes dar clic en el link: Correo Uniminuto



## Paso 3

Eliges la opción:  
Ver mi E-mail



## Paso 4

Digitas tu correo  
xxxxxxx@uniminuto.edu.co  
e ingresas con tu contraseña de Génesis



Si desconoces  
tu Cuenta de  
**Correo**  
Institucional  
de profesor...

# EXPLORACIÓN CREATIVA: En busca de nuestro MAGO CREADOR

## La MAGIA DE CREAR... ...es nuestro derecho



### Inteligencia Intuitiva

La Inteligencia Intuitiva es un proceso que nos permite la conexión de nuestras percepciones físicas, mentales y emocionales hacia niveles más sutiles de la conciencia, tanto en una dirección como en la otra. Realizando lecturas y conexiones tanto del entorno como de nosotros mismos, para llegar a las respuestas o productos que estamos construyendo.

Los elementos fundamentales de la Inteligencia Intuitiva y su estructura son:

Despertar y actualizar nuestros sentidos para extender nuestra conciencia del cuerpo.	Activar la conexión de nuestros conocimientos conscientes e inconscientes.
Promover las decisiones rápidas pero no apresuradas.	Comprender que las decisiones dependen de las "coordinaciones del pensamiento" de cada individuo.
Conocer y explorar el "estado de contemplación".	Estos son: 1. Área de expertise. 2. Supuestos y prejuicios socio-culturales. 3. El complejo emocional. 4. El propio inconsciente (Valores y arquetipos).
Desarrollar su propia "estrategia".	

Ser creativo es una decisión personal y solo cada uno de nosotros, somos los responsables del resultado.

### ¿Que es Exploración Creativa?

Al sentir que la educación formal universitaria se ha centrado principalmente en la transmisión de conocimientos, en el 2000 se hizo latente la necesidad de desarrollar un curso que trabajara la esencia de la persona, con la ayuda de los conocimientos milenarios de muchos culturas.

Afortunadamente en el 2007 se pudo consolidar la idea y se inició el primer curso taller de Exploración Creativa, como una actividad del programa de Tecnología en Comunicación Gráfica de Unimilita Sede principal.

Buscando la consolidación teórica del curso, realizamos el proyecto: "La Inteligencia Intuitiva como camino en el proceso Creativo". En este proyecto se sustentó una propuesta teórica de los elementos de La Inteligencia Intuitiva, que son un buen soporte teórico de este curso-taller.

La consolidación de Exploración Creativa es el fruto de la búsqueda específica del entrenamiento en Creatividad, porque todos somos creativos pero de formas diferentes. El camino escogido es encontrarnos dentro de nosotros mismos, por lo que planteamos el desarrollo de nuestro "MAGO CREADOR".

### Estructura

Las 13 pautas que se plantean en Exploración Creativa, están estructuradas en 3 aspectos que se pueden implementar independientemente.

1º Aspecto Yo interior - Desarrollo EN.	2º Aspecto Yo exterior - Desarrollo CON.	3º Aspecto Pautas de trabajo - Desarrollo DE.
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Autoconciencia, actitud y actitud de trabajo.</li> <li>2. Conocer el propio ser.</li> <li>3. Desarrollar la capacidad de observación, percepción, imaginación, creatividad, intuición, conciencia.</li> <li>4. "Yo" - Área consciente e inconsciente de la persona.</li> <li>5. Desarrollo del "MAGO CREADOR".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Para que cualquier actividad se desarrolle eficientemente, los resultados de los hechos dependientes que se desarrollan se resueltan en los dependientes.</li> <li>2. "Yo" - Inteligencia - Exploración.</li> <li>3. "Yo" - Inteligencia - Intuición.</li> <li>4. "Yo" - "Yo" - Inteligencia - Intuición.</li> <li>5. Implementar la solución - Activación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Planear el estado de conciencia.</li> <li>2. Aplicar el estado de conciencia.</li> <li>3. "Yo" - "Yo" - Inteligencia - Intuición.</li> <li>4. "Yo" - "Yo" - Inteligencia - Intuición.</li> <li>5. "Yo" - "Yo" - Inteligencia - Intuición.</li> </ul>

### ¿Qué es una acción creativa? Una intervención constructiva de la realidad.



Volver a conectar con nuestro cuerpo para aprovechar nuestra intuición, mejorando nuestra conexión del consciente con el inconsciente.

Luis Carlos Carreras M. - Profesor de Tecnología en Comunicación Gráfica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Unimilita. Correo electrónico: lccarreras@unimilita.edu.co y lccarreras@centroavulgar.com

## Poster Científico Congreso

- › Cliente: Programa Tecnología en Comunicación Gráfica
- › Pieza: Póster Científico
- › Tamaño: Medio Pliego

Diagramé y diseñé dos pósters científicos, en los que se utilizaron colores relacionados con los temas de cada uno. Se generaron dos propuestas de color para cada póster y el cliente escogió las siguientes:



# ORALIDADES ANCESTRALES: Identificando nuestras raíces

## ¿Que es Oralidades Ancestrales?

### Historia

En el 2º Congreso Internacional de Educación Alternativa en Cochabamba-Bolivia (Junio 2014), el escritor argentino Adolfo Colombes en su ponencia sobre Descolonización de la Educación, hace hincapié en la necesidad que las instituciones universitarias introduzcan formalmente en sus currículos el estudio de las tradiciones orales, como lo viene proponiendo la UNESCO varios años atrás.

Al regresar a Bogotá y expresar esta inquietud en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de UNMINUTO Sede Principal, surgió la posibilidad de desarrollar una cátedra donde tuvieramos la oportunidad de únicamente escuchar a chamanes, faílas y en general a "sabedores indígenas" para redescubrir sus conocimientos.

Con el entusiasmo y apoyo de varios profesores y de las directivas, se creó el curso electivo de Facultad: ORALIDADES ANCESTRALES, para el 2º semestre de 2014.

### Propósitos

Es claro que en el proceso de desarrollo de los seres humanos en todas las civilizaciones, antes de escribir hablamos. Pero en nuestra cultura a medida que vamos creciendo, vamos olvidando el "escuchar", e insistimos en el aspecto "escuchar", porque con esto queremos manifestar el estado mental en el cual "apagamos el spinador", o sea que estamos abiertos a lo que oímos sin estarlo comparando con nuestros conceptos ni prejuicios.

Admiramos a nuestras culturas ancestrales, pues mantienen algo que hemos perdido y es preservar el valor de "escuchar".

### Desarrollo

Siendo estudiantes de la comunicación, nos damos cuenta que esta empieza y se fortalece con la virtud de "escuchar", tanto a los demás como a nosotros mismos, y con el objetivo de rescatar esta virtud, fortaleciendo por medio de la Oralidad la construcción de saberes "otros", nuestras charlas se han centrado en los temas Ley de origen, Territorio y Mitos de creación.

### Retos

Tal vez uno de los retos más interesantes de la academia, es comprender que existen otras maneras de apropiarse del conocimiento más allá de la mente lógica y el documento escrito.

Nos comunicamos ...  
solo cuando alguien escucha.



A medida que vamos creciendo ...  
... vamos olvidando el "escuchar"

## Descubrir nuestras raíces ... ... es volver a ESCUCHAR



### Aportes sociales adicionales al "escuchar"

Al irnos integrando en nuestras charlas, hemos ido descubriendo que en las culturas indígenas, la llamada "Ley de origen" le da un profundo "sentido de vida" a su existencia, contrastando con la ausencia de "sentido de vida" que se tan común en nuestra cultura occidental.

Otro aspecto fundamental, es que el concepto de territorio no solo está ligado al lugar donde se nace, sino también al lugar donde se vive. Y vuelve a presentarse un gran contraste con los habitantes de nuestra ciudad (Bogotá D.C.), porque la gran mayoría de sus habitantes no han nacido en esta ciudad y por ello no sienten el deseo de cuidarla, pues su amigo solo lo tienen con su tierra natal. Parece ser que los centros urbanos afectan significativamente nuestra manera de percibir y apreciar el territorio donde habitamos.

### Aprendizajes realizados

Cuando "escuchamos" a las culturas ancestrales y a su identidad PRESENTE, perdíamos que sus valores tienen una gran coherencia con la propia existencia, cuestión que no se presenta en nuestra cultura. Un ejemplo vibrante, es la manera como queremos a "nuestra madre tierra". Para los indígenas es un ser vivo, parte de sí mismos, mientras los occidentales la vemos como un simple recurso a ser explotado.

Otro aspecto muy importante es el concepto del trabajo, pues para los indígenas conscientes, una de las peores ofensas es ser llamado "perecezo". Es interesante mencionar que en la última propuesta educativa de Howard Gardner, "Las cinco mentes del Futuro" (2010), uno de los aspectos más relevantes es la necesidad de fortalecer y promover el "Buen trabajo". Parece como si la cultura occidental estuviera regresando al "buen camino".

Poco a poco vamos descubriendo, que recuperando nuestra habilidad de "escuchar", vamos identificando nuestras raíces para evidenciar nuestra propia identidad.

Debemos recuperar a nuestro mejor amigo...  
... a nosotros mismos

# BITÁ CORRA OCTUBRE 2015

## UNIMINUTO Radio Afiches

- › Cliente: UNIMINUTO Radio
- › Pieza: Afiches
- › Tamaño: Tabloide

Para mostrar el uso adecuado de la sala de radio y las responsabilidades de las personas que van a realizar sus programas en ella, nos solicitaron realizar una serie de afiches en forma de infografía para lograr llegar a todos los involucrados. Para este proyecto, se realizaron varias propuestas entre los participantes del colectivo, de las cuales el cliente escogió mi diseño.



UNIMINUTO  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Institución de cultura y recursos de todos

# COMPORTAMIENTOS Y NORMAS EN EL ESTUDIO



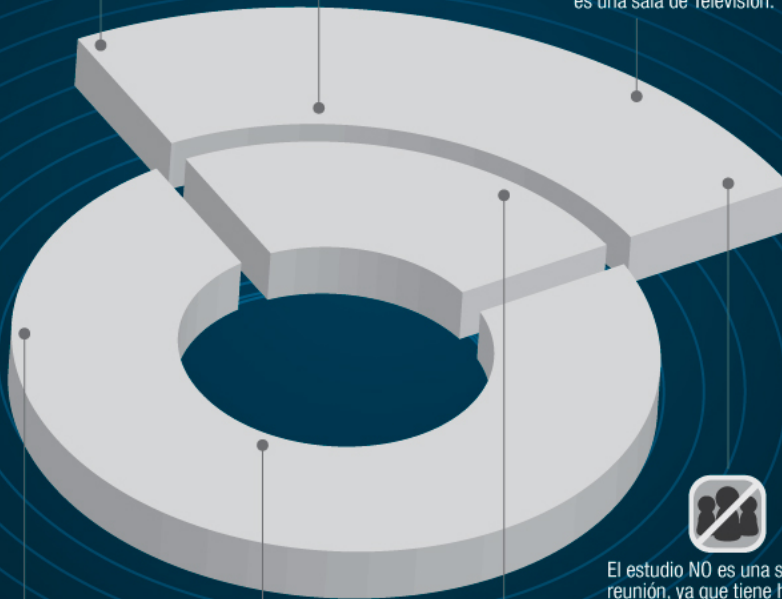
El ingreso al estudio de emisión se hará inmediatamente después de la finalización del programa que lo antecede en la parrilla de programación, sólo podrá ingresar a la cabina con la autorización de los realizadores que se encuentren allí. La emisora cuenta con señales luminosas que indican que los programas se encuentran al aire, estas señales son para respetarlas.



Los computadores son de uso exclusivo para quienes están en el momento de emisión del programa, y para trabajo exclusivo de la emisora. Si el estudio está disponible, los equipos se usarán 15 minutos antes y durante el programa por los realizadores.



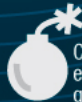
El televisor tiene finalidad netamente informativa, es un medio de comunicación del cual la emisora puede hacer uso. No es una sala de Televisión.



El consumo de bebidas y alimentos en el estudio no está permitido por los riesgos eléctricos que esto implica, además se generan ruidos indeseables para el oyente.



Los equipos que se encuentran en el estudio (Micrófonos, Computadores, Audífonos, Televisor) son elementos que están bajo responsabilidad de los realizadores de cada franja, estos deben ser tratados con cuidado y NUNCA deben salir de este espacio.



Cualquier anomalía en el funcionamiento de los equipos deben ser reportados al control master, quien se encargará de informar el mal funcionamiento para hacer la respectiva revisión y corrección del problema. Nunca intervenga estos fallos, podría ocasionar accidentes o generar un daño peor.

El estudio NO es una sala de reunión, ya que tiene horarios establecidos para grabación y emisión de programas.

DIENEO: INHOUSE FCC

UNIMINUTO  
**RADIO**  
1430 AM | Bogotá

### CONDUCTORES Y/O DIRECTORES DE FRANJA

- Si el programa cuenta con un productor, éste debe estar en contacto permanente con el control master para hacer la realización del programa, de no ser así, los realizadores deben entregar al control master el guión a tiempo, como parte de sus obligaciones.
- El personal auxiliar que se encuentre en el momento de estar con el programa debe estar en contacto permanente con el control master para hacer la realización del programa.
- Los instalados externos y el grupo de realización del programa, no podrán permanecer en el estudio al área de producción, ya que está destinado para quienes se encuentran en el momento de la realización.
- Se prohíbe cualquier tipo de espacio en las instalaciones para el consumo de alcohol, drogas o cualquier otro tipo de sustancia que pueda afectar el desempeño de los realizadores.
- El comportamiento de los conductores y/o directores de franja debe ser acorde a las normas de conducta y de respeto de la emisora.
- Los estudios que se preparan para el programa como entrevistas y reportajes deben ser realizados y grabados en el momento de la emisión del programa, ya que no se permite grabar en otros momentos.

UNIMINUTO  
**RADIO**  
1430 AM | Bogotá

### REALIZADORES Y PRODUCTORES

- Al momento de iniciar o finalizar el programa de emisión de la parrilla, se debe avisar al control master.
- Debe de seguir y el resto del equipo de producción en las instalaciones de la emisora durante la grabación y emisión del programa.
- Los productores de cada programa deben permanecer en el estudio durante la grabación y emisión del programa.
- El uso del computador ubicado en el estudio de producción debe ser exclusivo del productor del programa, para el momento de la grabación y emisión del programa.
- El productor de cada programa será el encargado de controlar los tiempos de su transmisión.
- Una vez terminado el programa, el productor debe avisar al control master para que se realice la grabación y emisión del programa.
- Los equipos de cada programa deben ser tratados con cuidado y respeto, ya que son propiedad de la emisora.
- Los estudios que se preparan para el programa como entrevistas y reportajes deben ser realizados y grabados en el momento de la emisión del programa.

UNIMINUTO  
**RADIO**  
1430 AM | Bogotá

### CONTROL MASTER OPERADOR DE SONIDO

- El control master debe estar en contacto permanente con el control master para hacer la realización del programa, de no ser así, los realizadores deben entregar al control master el guión a tiempo, como parte de sus obligaciones.
- Si se necesitan referencias para una revisión del control master, el operador debe solicitar apoyo al control master para que se realice la grabación y emisión del programa en su momento de estar en el estudio.
- Se prohíbe que en el estudio de producción se consuma alcohol, drogas o cualquier otro tipo de sustancia que pueda afectar el desempeño de los realizadores.
- El operador no permitirá la grabación de los equipos de producción en otros momentos que no sean el momento de la emisión del programa, ya que no se permite grabar en otros momentos.
- La programación musical nunca deberá ser cambiada sin la autorización del control master, ya que esto puede afectar el momento de la emisión del programa. En el caso de no tener autorización, se debe avisar al control master para que se realice la grabación y emisión del programa.
- El operador se encargará de revisar que cada uno de los estudios de producción esté en condiciones de funcionamiento en el momento de la emisión del programa. En el caso de no tener autorización, se debe avisar al control master para que se realice la grabación y emisión del programa.

UNIMINUTO  
**RADIO**  
1430 AM | Bogotá



**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Educación de calidad al alcance de todos

## Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

SNIES: 103005

## Inscripciones Abiertas

Calle 81B No 72B 70  
lecheverria@uniminuto.edu  
PBX: (57 -1) 291 65 20 Ext. 6240

# Revista Semana

- › Cliente: Facultad de Ciencias de la Comunicación
- › Pieza: Banner Web
- › Tamaño: 150px X 300px

El cliente solicitó un banner que se publicaría en la página web de la Revista Semana, para este banner se hizo una simple adaptación de una pieza que envió el cliente.

# Mesa de Comercio Justo CED

- › Cliente: Centro de Educación para el Desarrollo
- › Pieza: Logo

El cliente solicitó el diseño del logo para el proyecto Mesa de Comercio Justo y Consumo Responsable, éstas fueron mis dos propuestas en la plantilla de Inhouse FCC para la presentación de logos.



#### TIPOGRAFÍA

Stilu bold: Es una fuente fresca, moderna y llamativa que genera peso visual en el logo.

#### CROMÁTICA

La serie de colores que se utilizó representa diversidad, naturaleza, armonía y amabilidad.

#### SEMIÓTICA

El logo tiene formas redondeadas y dispersas en un eje circular incrementando la sensación del ciclo.

#### CONCEPTUAL

Predomina la "m" para generar mayor pregnancia en el espectador, las formas alrededor muestran la diversidad tanto en los colores como en la sobreposición de las mismas.



#### TIPOGRAFÍA

Stilu bold: Es una fuente fresca, moderna y llamativa que genera peso visual en el logo.

#### CROMÁTICA

La serie de colores que se utilizó representa fuerza y amabilidad, integrando referentes de naturaleza, armonía y diversidad.

#### SEMIÓTICA

El logo tiene formas redondeadas y curvilíneas que lo hacen amable a la vista del público.

#### CONCEPTUAL

El logo es un juego de contraformas, en dónde se aprecia una flor sobre un engranaje, dónde se integra el medio ambiente y una pieza de articulada, complementada con diversos colores.

# BITÁ CORRA NOVIEMBRE 2015

En este mes realicé el cierre de varios proyectos realizados por los participantes del colectivo y reuní los trabajos en desarrollo para ceder lo que se me fue encomendado, también organicé el plan y el núcleo de trabajo que manejamos durante ese semestre.

## Ambiente y Ciudadanía CED

- › Cliente: Centro de Educación para el Desarrollo
- › Pieza: Afiche
- › Tamaño: Medio Pliego

Este fue uno de los proyectos que se les asignó a los participantes de voluntariado en Inhouse FCC, realizar el afiche para varios proyectos del CED. En este proyecto, la ilustración fue realizada por Alejandra Palacio, el diseño y diagramación fue realizada por mí.



# Ambiente

# y Ciudadanía

Ambiente y Ciudadanía hace parte de los 11 proyectos de la Práctica en Responsabilidad Social del Centro de Educación para el Desarrollo –CED–, adscrito a la unidad de Proyección Social de la Sede Principal de UNIMINUTO. Tiene como propósito privilegiar la sensibilidad, la experiencia emocional, sensorial y la concienciación del contacto que se entretiene entre los seres vivos desde principios dignos, de equidad y armonía, que posibiliten pensar ejercicios de reciprocidad y co-responsabilidad con el ambiente. De manera que, se busca promover diálogos y debates, como agenciar movilizaciones, interacciones y resistencias sociales situadas y contextualizadas, en respuesta a los modelos, sistemas y hábitos que atenten contra el equilibrio del ambiente.

Se asume la perspectiva del ambiente como un espacio de interdependencia de los seres vivos, donde se busca reconocer la intercomunidad e interconexión con los otros a nivel local y global, promoviendo el reconocimiento de los saberes, las culturas, las cosmovisiones "otras" en clave de prácticas alternativas para relacionarse como un todo, una colectividad que lucha contra la instrumentalización y enajenación de la vida.

Estos ejercicios pedagógicos son realizados gracias al trabajo mancomunado de organizaciones sociales y/o comunitarias, estudiantes y comunidad barrial adscritas al proyecto Ambiente y Ciudadanía, que intensifican y multiplican un afán por reconectar a los seres humanos con el entorno donde se transita, en clave de la ética para la vida, pues se considera que cambiar nuestra comprensión es cambiar el mundo.

# Infografías Uniminuto Radio

- › Cliente: Secretaría Académica FCC
- › Pieza: Banners para TV
- › Tamaño: 1920px X 1080px

Para complementar el propósito de los afiches, el cliente solicitó una versión web de las infografías para ser enviadas y compartidas por medios web.

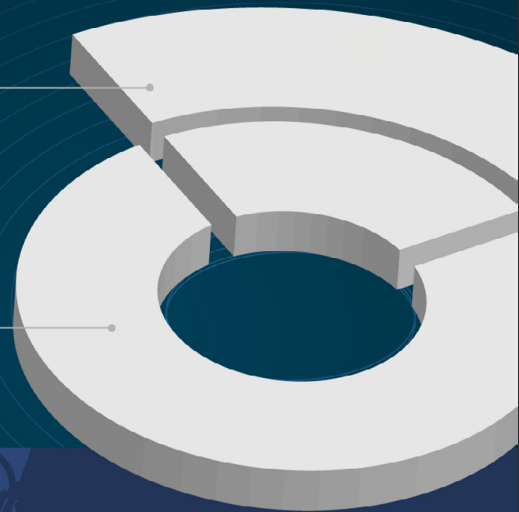
## COMPORTAMIENTOS Y NORMAS EN EL ESTUDIO



Los computadores son de uso exclusivo para quienes están en el momento de emisión del programa, y para trabajo exclusivo de la emisora. Si el estudio está disponible, los equipos se usarán 15 minutos antes y durante el programa por los realizadores.



El ingreso al estudio de emisión se hará inmediatamente después de la finalización del programa que lo antecede en la parrilla de programación, sólo podrá ingresar a la cabina con la autorización de los realizadores que se encuentren allí. La emisora cuenta con señales luminosas que indican que los programas se encuentran al aire, estas señales son para respetarlas.





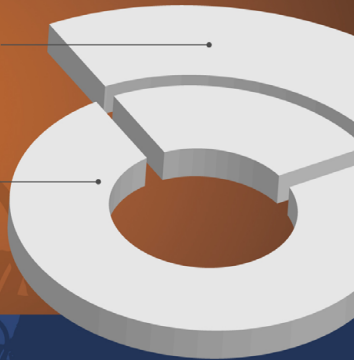
## CONDUCTORES Y/O DIRECTORES DE FRANJA



Los audios que se proveen para el programa como (entrevistas y música) deben ser revisados y editados con anterioridad, estos deben contar con el mismo nivel de volumen, y no tener vacíos ni al inicio ni al final. Estos deben estar marcados de la misma manera como se refleja en el libretto y/o guión.



El comportamiento de los realizadores y del personal invitado será directa responsabilidad del director, de él depende el orden y la disciplina de su equipo.



## REALIZADORES Y PRODUCTORES



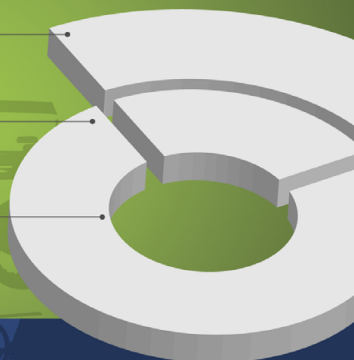
Es responsabilidad del equipo subir el material al portal de internet.



Una vez terminado el programa deben solicitar la grabación al control master para la posterior publicación en la página web, con el usuario y la contraseña otorgada.



El equipo de cada programa dejará el estudio aseado y ordenado como se encontró.



## CONTROL MASTER OPERADOR DE SONIDO



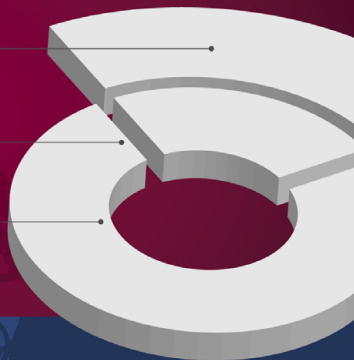
La programación musical nunca deberá ser cambiada manualmente a menos que así se le pida. Se exceptúa la programación musical de un programa en específico.



Es responsabilidad del operador y del director del programa que los programas terminen al minuto 54 como máximo.



El operador se encargará de revisar que cada de los audios suministrados por el productor o el director funcionen de manera correcta antes de la emisión del programa. En el caso de no funcionar avisará oportunamente la falla.



**58**

**CATE  
GORÍAS  
CONCEPTUALES**

En UNIMINUTO, la carrera de Tecnología en Comunicación Gráfica tiene tres pilares académicos: el diseño gráfico, la comunicación y la publicidad. Así que, para el desarrollo teórico de esta sistematización, se determinan los conceptos más utilizados durante la práctica profesional y se definen de acuerdo al conocimiento adquirido en las clases, uno que otro apunte en las páginas de los primeros cuadernos y algunos autores que complementaron el aprendizaje durante el paso por las aulas.

## Diseño gráfico

Es una disciplina creativa de las artes visuales que integra varios ámbitos desde impresos hasta digitales, donde el diseñador puede decidir especializarse en uno o varios de ellos (Ambrose-Harris, 2009). El diseñador gráfico tiene como objetivo transmitir un mensaje de forma gráfica y efectiva, para esto, se genera una estrategia donde se contemplan los aspectos sociales y culturales del grupo objetivo, se organiza el método en que se entregará el mensaje y posteriormente, se lleva a cabo teniendo en cuenta las técnicas artísticas y estéticas que complementan la intencionalidad que se planeó.

## Comunicación

*“Martín-Barbero, postula que la comunicación es un proceso cultural, humano, que se hace entre iguales, pero también entre diferentes, en donde el otro tiene la capacidad de producción y comprensión de mensajes, en este caso visuales, donde las significaciones y sentidos son dinámicos y están en constante cambio” (Proyecto Curricular TCGR, 2015).*

Bajo este concepto, se entiende que la comunicación está directamente ligada a los rasgos culturales, determinando constantemente los medios y el lenguaje simbólico en que se codifica el mensaje. Igualmente, se comprende la comunicación como un proceso de relación y de reconocimiento, que interfiere en la vida de los sujetos inmersos en ella, y que está sujeto a la evolución del entorno (Proyecto Curricular TCGR, 2015).

## Publicidad

Para Stanton, Walker y Etzel, la publicidad es una comunicación no personal, pagada por una entidad o persona para impulsar ideas, organizaciones o productos (Thompson, 2005). Para esto, realiza un análisis del elemento a ofrecer, el grupo de personas al que va dirigido y la forma en que se va a ofrecer para conseguir la respuesta deseada, que es la acción y fidelización.

Una vez definido el punto de partida, se exponen los conceptos que se vieron más involucrados en el diseño de piezas gráficas durante la práctica en InHouse FCC:

## Color

El color es un elemento básico del diseño gráfico, no solo permite mejorar el aspecto de los productos gráficos sino que, también ayuda a establecer jerarquías y a destacar la información principal, lo que lo convierte en un elemento primordial en la construcción de la idea a elaborar (Ambrose-Harris, 2009). Para realizar un proyecto gráfico, se piensa en el medio en que será publicado, para así determinar la configuración del documento y disminuir las posibilidades de enviar un mensaje erróneo. En este caso, los ajustes de color están condicionados a dos canales de comunicación, web e impreso. En el canal web, se escoge el perfil de color aditivo (RGB), que son los colores que adicionan luz al juntarse y se encuentran en todos los medios electrónicos. Por otro lado, está el perfil de color sustractivo (CMYK), que son los colores que al juntarse

restan claridad, son empleados en medios impresos o físicos, como artes plásticas o impresos. Según esto, los ajustes de color del documento original dependen del medio en el que se planea compartirlas.

## **Diagramación**

Se entiende como la organización de los elementos en un espacio determinado. En su desarrollo, influye el análisis de los elementos visuales y de relación que armonizan la composición de los productos gráficos. Todo esto, para garantizar que la información ahí expuesta sea recibida de la manera que se ha planificado.

## **Infografía**

Es el recurso gráfico, que permite reunir la información de textos extensos o difíciles de comprender y representarlos por medio de imágenes, ilustraciones o gráficos, que componen una síntesis visual de la información.

## **Grupo Objetivo**

Se determina el grupo objetivo, seleccionando el tipo de población al que va dirigido, pensando en los posibles consumidores o interesados en el producto o información que se va a publicar.

## **Tipografía**

Es el medio por el cual una idea o concepto adopta una forma visual, siendo uno de los elementos que mejor define la dimensión emocional de un diseño. La forma de la tipografía influye en la percepción visual de la idea y finalmente, determina en gran medida la reacción del lector respecto a lo que se está plasmando (Ambrose-Harris, 2009).

## Semiótica

Es el estudio de los signos que explica el modo en que el ser humano extrae significado de las palabras, los sonidos y las imágenes. Gracias a la semiótica, se introducen en las piezas gráficas referencias que transmiten información al grupo objetivo de manera específica. Ya que el campo de acción del diseño es la imagen, se aplican principios de la semiótica en las piezas garantizando un elemento gráfico que puede transmitir más de lo que hay a simple vista (Ambrose-Harris, 2009).

## Concepto

Antes de lanzar ideas al azar, se realiza un análisis de la necesidad que se debe satisfacer, la población a la que va dirigida y el medio por el que recibirán la información. Todo proyecto comienza como un boceto de ideas que se debe ordenar y estructurar entorno al significado que se busca representar. Es decir, que se construye el proyecto de forma creativa y se definen los parámetros que encierran lo que se comunicar y la manera más efectiva de transmitir el mensaje (Ambrose-Harris, 2009).

## Idea

En el proceso de diseño, la realización del proyecto final se enfoca en la apariencia y las cualidades estéticas que transmite. El control estético recoge aspectos más relevantes desde los conceptos más básicos hasta las construcciones más elaboradas, lo que aporta orden al proyecto y facilita la comunicación de ideas y su comprensión (Ambrose-Harris, 2009).

## Medio

La estrategia de comunicación gráfica llega al grupo objetivo a través de numerosos medios, desde impresos hasta digitales. Para definir este punto en el proceso de diseño, se analiza el

modo en que se debe comunicar el mensaje (Ambrose-Harris, 2009). Por esto, definir el medio por el que será publicado el proyecto, determina una parte de los parámetros para construir el concepto o estrategia de cualquier producto gráfico.

## **Fotografía**

Es una disciplina muy amplia con diversas áreas de especialización, para fotografiar en cada una de ellas se requieren habilidades distintas, por eso, es necesario encontrar el estilo que más se acople a la intencionalidad del diseño (Ambrose-Harris, 2009).

## **Racional Creativo**

Es un proceso creativo cuyo objetivo es encontrar la mejor solución para la necesidad del cliente, el diseño creativo explora todos los aspectos de creación (Ambrose-Harris, 2009). Cada pieza gráfica que se elabora, debe tener un sustento teórico que encierre los elementos semióticos en los que se basa su composición. Entonces, reconociendo las características sociales y culturales del grupo objetivo, se llega a comprender los referentes visuales que pueden provocar la reacción deseada de la población a la que se dirige el mensaje.

## **Arte Final**

Este término se utiliza en el medio para referirse al proceso después de la aprobación del diseño. En este, se prepara el archivo dependiendo del medio en el que se transmite, para asegurar que sea percibido de la manera correcta por el público. Se consideran las diferencias entre los medios web y los impresos que manejan alteraciones, como en los ajustes de color o en el formato en que se exportan los diseños.



64



**ANÁ  
LISIS**



En el proceso de sistematizar la práctica profesional, es importante hacer énfasis en los conceptos teóricos que se tuvieron en cuenta durante la elaboración de las piezas gráficas. Para esto, se toman algunos de los proyectos realizados, con el objetivo de observar los elementos que los componen y profundizar en la explicación de los mismos. Igualmente, se evalúa el acompañamiento por parte del colectivo que permitió afianzar dichos conocimientos y posteriormente, exponerlos en este informe.



**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Facultad de Ciencias de la Comunicación



**“ CREATIVIDAD  
MEMORIA Y  
RESISTENCIAS ”**

**DEL 24 AL 29 DE  
AGOSTO**  
SEDE PRINCIPAL UNIMINUTO

Si lo tuyo es la comunicación  
asiste a las actividades  
de forma gratuita  
con previa inscripción.

**ASISTENCIA  
CERTIFICADA**

**TERCER DIÁLOGO DE SABERES  
EN COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN**

### Mayor Información

**Angélica Barrios**  
angelica.barrios@uniminuto.edu  
Tel. 2916520 Ext. 6239

**Walter Reina**  
walter.reina@uniminuto.edu  
Tel. 2916520 Ext. 6239

[www.uniminuto.edu/web/fcc/semana-de-la-comunicacion](http://www.uniminuto.edu/web/fcc/semana-de-la-comunicacion)



**Semana  
Internacional de la  
Comunicación**

La novena versión de la Semana Internacional de la Comunicación aborda contenidos alrededor del tema “Creatividad, Memoria y Resistencias”

## Color

Teniendo en cuenta la temática de la versión, se realizan propuestas de color que refuerzan su propósito; fuerza y resistencia. El negro y el verde por sí solos generan una respuesta psicológica distinta a la que se busca representar. Para lograr la sensación adecuada y siguiendo los requerimientos del cliente de manejar el archivo para impresión a dos tintas, se escogen dos colores que juntos producen una sensación de alto contraste, mayor vibración y atracción visual. También le aporta al evento, una identidad visual moderna y juvenil que nunca se había visto en las anteriores versiones del evento.

## Diagramación

Para continuar con la intención de la pieza, se inclinaron los elementos más atractivos para reforzar el concepto de diversidad. Se complementó con formas duras y robustas como los rectángulos (igualmente inclinados) como aporte visual para demostrar fuerza.

## Tipografía

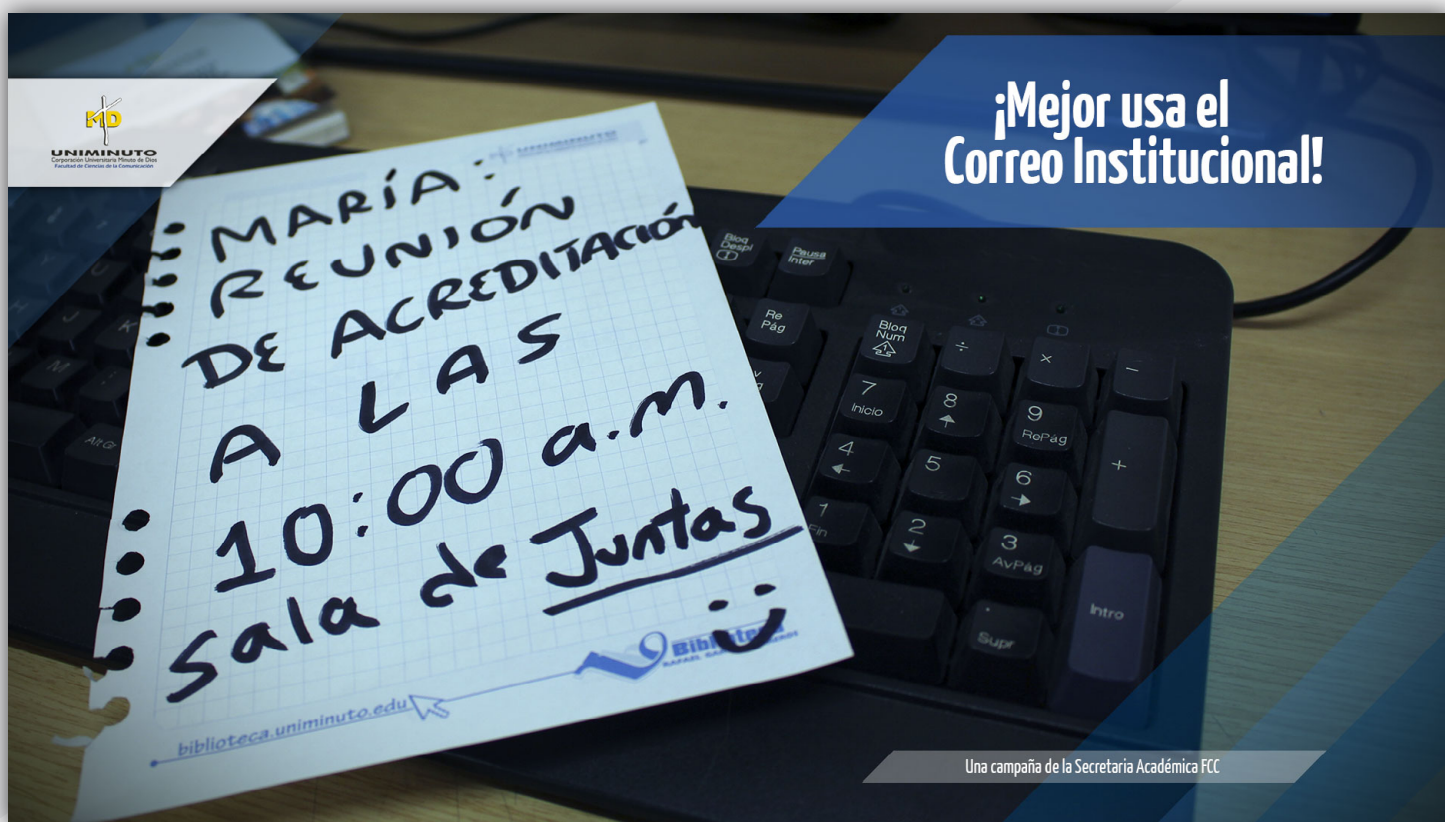
Como la imagen del evento era una pieza que jugaba con varias fuentes tipográficas, se escogió la familia helvética por su característica simple y fresca, para que no robe protagonismo al diseño tipográfico en la imagen.

## Semiótica

La imagen de la versión se compone de un globo de diálogo en forma de número nueve con íconos repetitivos referentes a la comunicación y al tema principal “Creatividad, Memoria y Resistencias”, para eso, se cambiaron los elementos diseñados por Moisés Rubiano, por unos que aseguraran la efectividad del mensaje.

## Arte Final

Para la finalización del afiche Oficial de la Novena Semana Internacional de la Comunicación se realiza el arte final para impresión, teniendo en cuenta las guías de impresión, el perfil de color adecuado (CMYK USweb coated SWOP v2), los canales de color que en este caso fueron dos pantone.



La Secretaría Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación realiza una investigación para determinar cuál es el porcentaje de docentes y estudiantes que utilizan los medios institucionales como principal recurso de comunicación, una vez obtenidos los resultados, se determinaron los aspectos por mejorar para optimizar los procesos académicos de ambas partes. De acuerdo con esto, se realizan varias piezas enfocadas a cada una de las problemáticas encontradas, pero éste análisis se basa en la pieza expuesta.

## Grupo Objetivo

Como esta situación es más común entre docentes y administrativos, se determinó que la pieza desde el concepto hasta la finalización debía ser dirigida a ese público.

## Concepto

Se quiso mostrar la problemática desde una situación real, complementada con un copy que refuerza el objetivo principal que es mostrar la solución a esa falencia.

## Medio

El principal medio de difusión es web, es decir, un fondo de pantalla que se reapplicaría en todos los computadores de la Facultad. Igualmente, se realizan afiches para poner en espacios concurridos por los docentes.

## Idea

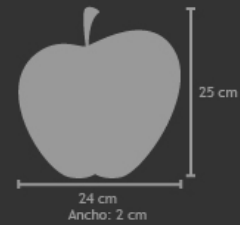
Se muestra una nota escrita a mano sobre un teclado, que informa sobre una reunión que se aproxima, pero no asegura que la persona la lea a tiempo.

## Composición Fotográfica

Se hace la toma directamente en uno de los escritorios de la facultad para mostrar la situación en espacio real y se muestra la nota en primer plano para hacer un énfasis visual en ella.

# INHOUSE FCC

## Propuesta Final



Acrílico transparente con borde rojo.  
Base color transparente.

BASE PLACA GRANDE  
Alto: 2 cm  
Ancho: 7 cm  
Largo: 14 cm

BASE PLACA PEQUEÑA  
Alto: 2 cm  
Ancho: 5 cm  
Largo: 7 cm

El Premio Javier Darío Restrepo es un evento que nace en la Novena Semana Internacional de la Comunicación y como tal, se construye la imagen y el significado del premio que se otorga como reconocimiento a los maestros de UNIMINUTO que entregan su máximo esfuerzo a la enseñanza dentro y fuera del aula.

## Racional Creativo

Se construye el racional creativo en torno a dos contextos: guía y maestro; para mostrar el significado de esto se construye el siguiente texto:

**PREMIO JAVIER DARÍO RESTREPO**  
**Racional Creativo**

En los primeros pasos de un estudiante por el camino de la educación, el regalo más humilde y sincero que le entrega a su maestro, es una manzana en gratitud a su dedicación y excelencia, siendo así, la brújula que guía su desarrollo personal y profesional.

Hace más de 300 años, las familias pobres de agricultores en Dinamarca y Suecia, como única forma de pago por la educación de sus hijos, entregaban a sus maestros cestas de manzanas. Por cuestiones de conservación, ya que se descomponían con rapidez, se optó por entregar solo una. La tradición fue más tarde adoptada por Estados Unidos durante la recesión.

Por otro lado, la brújula fue diseñada para trazar las direcciones de los viajes en mar abierto. Primero, era una aguja imantada flotando sobre un recipiente con agua. Posteriormente para facilitar y perfeccionar su uso, se reemplazó por un eje rotatorio con una rosa de los vientos. En el transcurso del tiempo la brújula se ha modificado para mejorar su funcionamiento. Así mismo, los maestros han reunido todas sus experiencias y saberes para guiar a sus estudiantes de la mejor manera.

Por último vamos a citar estas palabras de la Revista Semana:

*“En esta fruta se condensa la gratitud eterna de los estudiantes hacia sus maestros: por enseñarles a leer, a comprender las matemáticas, a sobrevivir, a valerse del conocimiento propio para tomar decisiones, a respetar la vida, a ser ciudadanos. Pero sobre todo, a no rendirse por más piedras en el camino que se le atraviesen a los pasos”*

Para comunicar el proceso de la Causa de Beatificación y Canonización del Siervo de Dios Rafael García Herreros, la Corporación Minuto de Dios solicita el diseño de una pieza que recoja y muestre de manera atractiva el proceso que se adelanta hasta el momento.

## Infografía

Se determina, que la manera más efectiva de hacer llegar esa información es por medio de una infografía, ya que es extensa y detallada, lo que necesita una presentación atractiva para que el lector la reciba con mayor atención.

## Formas

Se escogen formas amigables que permiten al lector, recibir la información de manera dinámica ya que el texto por ser tan extenso, puede cansar al lector.





# Fortalezas de la Práctica Profesional

- › Para ingresar a Inhouse el practicante debe pasar por un proceso de selección y cumplir con ciertos requisitos. Esto permite que los directores organicen el equipo y sean conscientes de la cantidad de trabajo que puede recibir el colectivo sin incumplirle a los clientes.
- › Se centraliza las solicitudes de los clientes en el núcleo de trabajo, el cual es un documento que se comparte con los participantes y se actualiza constantemente, así se garantiza y se controla el flujo del trabajo, para que no se vea afectado el cumplimiento de los proyectos.
- › Durante el desarrollo de las piezas, los estudiantes cuentan con la guía de los directores que siempre responden de manera atenta las dudas que se pueden suscitar en el proceso. Igualmente, dentro del colectivo se fomenta como cultura organizacional, entregar proyectos con la mayor calidad posible.
- › En la mayoría de ocasiones, el cliente se dirige directamente al estudiante que diseña la pieza cuando expone su necesidad o cuando necesita algún cambio. Esto permite al estudiante, tener una comunicación directa con el cliente y prepararse para manejar situaciones fuera del espacio académico.
- › Participar en Inhouse, es una puerta abierta para realizar grandes proyectos que fueron aplicados en situaciones reales, así como algunos de los trabajos mostrados en esta sistematización.

# Aspectos por Mejorar

A medida que Inhouse FCC crece como proyecto académico, las necesidades aumentan con ella. Y aunque la experiencia de práctica profesional en el colectivo, es en general un proceso positivo, se observan algunos puntos que se pueden mejorar.

- › Fortalecer el compromiso de los participantes, para que revisen constantemente el núcleo y cumplan con el trabajo que se les asigna con mayor precisión.
- › En algunas ocasiones, los clientes no comparten con el colectivo la publicación de las piezas, por lo que algunos estudiantes, no saben en dónde terminan sus diseños después de ser entregados, sería positivo que el cliente haga una retroalimentación final de la pieza gráfica aprobada.
- › La información la historia y evolución de Inhouse son desconocidas para los participantes del colectivo.

Este último aspecto es el que motiva la realización del producto gráfico de esta sistematización, que pretende ser una herramienta que le permita a los directores del colectivo socializarla con los futuros estudiantes que realicen sus prácticas con InHouse y mantenerla actualizada. También es un aporte al programa de Tecnología en Comunicación Gráfica que en diferentes escenarios académicos, especialmente en su proceso reciente de renovación de la acreditación tuvo dificultades para reconstruir históricamente a InHouse como experiencia significativa del programa.

Para la realización de este producto gráfico se entrevistó a diferentes actores que han estado a lo largo del proyecto Inhouse desde su fundación hasta la fecha, quienes a través de sus relatos permitieron hacer esta reconstrucción histórica.


Por último, cabe mencionar que los proyectos que aquí se muestran, se realizaron bajo la guía de los directores de Inhouse FCC, la calidad de los mismos se vió fuertemente influenciada por el proceso de voluntariado realizado anteriormente que abrió las puertas a la práctica profesional, y permitió que conociera al colectivo, su metodología y su ritmo de trabajo. El voluntariado permite a los directores, seleccionar y continuar con el proceso de manera enriquecedora y en el caso particular de esta sistematización, impulsa la autonomía que se necesita para tomar decisiones y la determinación para reconocer la calidad del trabajo.



76



RE  
SULTA  
DOS



La práctica profesional en Inhouse FCC es una experiencia que enriquece las habilidades desarrolladas en el área creativa y proporciona conocimientos que favorecen el mejoramiento de las destrezas técnicas que se encuentran débiles. También, es de gran beneficio, realizar proyectos que sistematicen las experiencias vividas por los miembros del colectivo durante su práctica profesional, ya que por medio del análisis de sus productos y sus resultados, se pueden determinar los aspectos por mejorar y las características que componen el factor diferenciador.

En la muestra de los proyectos realizados durante la práctica profesional, se evidencia el progreso en la calidad de los productos gráficos, adquirido por el permanente flujo de trabajo al que se estaba expuesto. Igualmente, por el acompañamiento de los docentes, que estuvieron muy presentes desde el inicio y que, poco a poco, brindaron el espacio para fortalecer el trabajo autónomo y los procesos de evaluación autocrítica.

Se recomienda a los directores explorar las capacidades y fortalezas de los estudiantes, para crear duplas de trabajo y fortalecer el trabajo en equipo. Igualmente, fortalecer en futuros participantes el interés por seguir el proceso completo (Voluntariado, práctica profesional y sistematización).

Durante el proceso de práctica profesional y el desarrollo de esta sistematización no se observó ninguna relación directa entre la Dirección de Comunicaciones de UNIMINUTO e Inhouse FCC. Entonces, la siguiente recomendación es que se examine a fondo el impacto que el crecimiento del colectivo puede generar en los procesos que maneja la Dirección de Comunicaciones.

Para finalizar, como parte del aporte de esta sistematización, se realiza una investigación que reúne los hitos más importantes del origen y la historia del colectivo. Con esto, se espera dejar una puerta abierta a la investigación, que alimente los fundamentos de Inhouse FCC como proyecto académico y de proyección social.



78



**PRO  
DUCTO  
GRÁFICO**

# Reconstrucción Histórica Inhouse FCC



Proyecto de Grado que propone la creación de Gráfik Inhouse.  
(El documento no fue encontrado)



2010 - Fundación de Gráfik Inhouse como proyecto de la carrera Tecnología en Comunicación Gráfica

- › Entrevista a Director de Programa en 2010 - William Medellín



2012 - Análisis de la metodología de trabajo de Gráfik Inhouse

- › Entrevista a Julián Valencia (en etapa de estudiante)
- › Revisión de Actas



2013 - De Gráfik Inhouse a Inhouse FCC, el colectivo pasa a ser un proyecto de Facultad y cambia de directores.

- › Entrevista a Julián Valencia y Emir Quiroga (Director Creativo y Director Ejecutivo respectivamente)
- › Entrevista a la decana FCC – Amparo Cadavid (No se logró la entrevista con la decana por disponibilidad de tiempo)



2016 - Análisis de la metodología de trabajo de Inhouse FCC desde el cambio de dirección

- › Entrevista a los directores
- › Análisis desde la experiencia personal
- › Entrevista Director de Programa actualmente - Gilberto Goyes

*Este producto gráfico es presentado como anexo.*

# Bibliografía

- › Ambrose-Harris. (2009). Fundamentos del Diseño Gráfico. Barcelona, España: Parramón Ediciones, S.A.
- › TCGR. (2015). Proyecto Curricular. Bogotá: UNIMINUTO.

# Cibergrafía

- › Facultad de Ciencias de la Comunicación. (2016). Misión. Recuperado de <http://www.uniminuto.edu/web/fcc/mision>
- › Centro de Educación para el Desarrollo. (2016). Quiénes somos. Recuperado de [http://www.ceduniminuto.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=35&Itemid=93](http://www.ceduniminuto.org/index.php?option=com_content&view=article&id=35&Itemid=93)
- › Corporación Minuto de Dios. (2016). Quiénes somos. Recuperado de <http://www.minutodedios.org/index.php/quienes-somos>
- › UNIMINUTO Radio. (2016). Somos. Recuperado de <http://www.uniminutoradio.com/somos-2/>
- › Gestión Humana. (2016). Objetivo. Recuperado de <http://goo.gl/jZbprK>
- › Ivan Thompson. (2005). Definición de Publicidad. 2016, de Promonegocios Sitio web: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

# Anexos

- › 01 - Bitácora Video Gestión Humana
- › 02 - Recopilación Entrevistas de Historia InHouse FCC
- › 03 - Infografía Historia InHouse FCC 2016