

Bogotá, 6 de noviembre de 2012

Señores:

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

Cordial Saludo

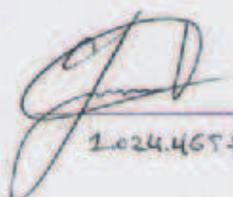
Por medio de la presente yo Oscar Rincón, docente de la UNIMINUTO de la Carrera de Tecnología en Comunicación Gráfica, hago constar que el estudiante Julio cesar Guapacha Osorio (ID 000133726), entrego el documento de opción de grado titulado: *"Sistematización de la Práctica Profesional desarrollada en la Terminal de Transporte"*.

Cordialmente

Oscar Rincón
Tutor



Julio cesar Guapacha
Estudiante


_____ 2024.465.802. Bta

**SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL DESARROLLADA EN
LA TERMINAL DE TRANSPORTE DE BOGOTÁ D.C**

JULIO CESAR GUAPACHA OSORIO

**UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA
DICIEMBRE DEL 2012
BOGOTÁ D.C.**

**SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL DESARROLLADA EN
LA TERMINAL DE TRANSPORTE DE BOGOTÁ D.C**

JULIO CESAR GUAPACHA OSORIO

**Trabajo de grado para obtener el Título de Tecnólogo en Comunicación
Gráfica**

**Tutor:
OSCAR RINCÓN**

**UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA
DICIEMBRE DEL 2012
BOGOTÁ D.C.**

TABLA DE CONTENIDO

1. TEMA	12
1.1 Contexto de la práctica profesional	14
2. OBJETIVO GENERAL	16
2.1 Objetivos Específicos	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
3.1 ¿Por qué sistematizar la experiencia de práctica profesional realizada con la Terminal de Transporte de Bogotá?	18
3.2 ¿Para qué sistematizar la experiencia de práctica profesional realizada con la Terminal de Transporte de Bogotá?	19
4. ANTECEDENTES	21
4.1. Antecedentes de sistematización a nivel nacional	21
4.2. Antecedentes de sistematización a nivel internacional	23
5. AGENTES INVOLUCRADOS EN LA EXPERIENCIA	26
5.1 Primer agente clave - encargado de la sistematización	26
5.2 Segundo agente clave en la experiencia	27
5.3 Tercer agente clave en la experiencia	28
6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	29
6.1 Técnicas e instrumentos	30
6.1.1 Etapa 1: Registro fotográfico zonas y servicios de la Terminal de Transporte de Bogotá	32

6.1.2 Zonas de ingreso y salida de usuarios	32
6.1.3 Zonas de venta de tiquetes	36
6.1.4 Zonas de uso común	37
6.1.5 Zonas de uso restringido	42
6.2 Etapa 2: Elaboración de bocetos	45
6.2.1 Bocetos iniciales de concepto	46
6.2.2 Boceto de composición fotográfica	47
6.2.3 Bocetos de composición de imágenes y textos	48
6.3 Etapa 3: Propuestas de piezas gráficas	49
6.3.1 Propuestas iniciales de piezas gráficas tipo postal	49
6.3.2 Propuesta para las cinco referencias de postal (tiro)	51
6.3.3 Propuesta de referencia de postal (retiro)	54
6.4 Etapa 4: Artes finales enviadas a la imprenta distrital	56
6.5 Etapa 5: Registro medios de difusión de piezas gráficas	61
6.5.1 Medios análogos de difusión	61
6.5.1.1 Espacios públicos de la ciudad de Bogotá	61
6.5.1.2 Espacios de la Terminal de Transporte	64
6.5.1.3 Espacios de la Secretaria Distrital de Movilidad	67
6.5.1.4 Revista guía pasajero Coltours Travel Editores	68
6.5.2 Medios digitales de difusión	68
6.5.2.1 Páginas Web	69
6.5.2.2 Tv - Canal Capital	72
6.6 Etapa 6: Entrevistas	73

6.6.1 Entrevista Director de la Oficina de Comunicaciones de la Terminal de Transporte de Bogotá	75
6.6.1.1 Entrevista Diseñador Gráfico de la Secretaria Distrital de Movilidad	82
7. ANÁLISIS DE LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	86
7.1 Fortalezas	87
7.2 Debilidades	90
7.3 Reflexiones finales	92
8. RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN	95
9. BIBLIOGRAFÍA	96
10. Anexos	
10.1. Anexo. 1: Orden de impresión Artes Finales – Imprenta Distrital	99
10.2. Anexo 2: Balance campaña “ <i>Más para tí, Más Terminal</i> ”	101

LISTA DE FOTOS

Foto 1: Presencia de señalética en las entradas	33
Foto 2: Puertas de ingreso con sistema de detección de metales	33
Foto 3: Presencia de Policía, seguridad privada y cámaras de seguridad	34
Foto 4 y 5: Zonas externas de llegada de usuarios a la Terminal	34
Foto 6: Zonas internas de descenso de pasajeros que llegan a la Terminal en buses de transporte intermunicipal	35
Foto 7: Sistema de operación de despacho de taxis	35
Foto 8: Servicio gratuito de carros maleteros	36
Foto 9: Puntos de venta de tiquetes que se encuentran ubicados en las plazoletas centrales de cada uno de los cinco módulos de la Terminal	36
Foto 10: Servicio de baños	37
Foto 11: Servicio de duchas para los viajeros de la Terminal	37
Foto 12: Kit de aseo personal que se encuentra en el espacio de las duchas	38
Foto 13: Enfermería	38
Foto 14: Elementos de uso común en la enfermería	39
Foto 15: Zonas bancarias	39
Foto 16: Zonas comerciales	40
Foto 17: Plazoletas centrales	40
Foto 18: Sala de espera para salida de viajeros	41
Foto 19: Servicio de sillas de ruedas	41
Foto 20: Circuito cerrado de Televisión	42

Foto 21: Cámaras de alta tecnología en seguridad	42
Foto 22: Zonas de operación	43
Foto 23: Modernización de la flota de buses	43
Foto 24: Estación de policía al interior de la Terminal	44
Fotos 25, 26 y 27: Entrega piezas gráficas tipo postal en la Terminal de Transporte sede Salitre	61
Foto 28: Publicación de afiche en espacios públicos en donde la ciudadanía aborda de forma ilegal el transporte intermunicipal	62
Fotos 29 y 30: Operativos realizados conjuntamente, entre la Terminal de Transporte y la Policía de Tránsito en paraderos ilegales	63
Fotos 31, 32 y 33: Afiche publicado en puntos de información al ciudadano, entrega de postales en puertas de acceso a los módulos de viaje	64
Foto 34: Publicación de postales y afiche en las carteleras de información de los diferentes módulos de viaje	65
Foto 35: Entrega de postales en salas de espera de viajeros	66
Foto 36: Publicación de afiche en carteleras institucionales	67
Foto 37: Publicación de afiche en carteleras institucionales	67

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1: Primer boceto	46
Imagen 2: Segundo boceto	46
Imagen 3: Fotocomposición	47
Imagen 4: Boceto del tiro de pieza gráfica tipo postal	47
Imagen 5: Boceto del retiro de pieza gráfica tipo postal	48
Imagen 6: Tiro de postal que promociona locales comerciales	49
Imagen 7: Retiro de postal que promociona los múltiples servicios de la Terminal	50
Imagen 8: Boceto de tiro de pieza gráfica tipo postal	50
Imagen 9: Propuesta de tiro de postal de uso de los buses	51
Imagen 10: Servicios de seguridad, servicio de taxis y carros maleteros	51
Imagen 11: Servicios de enfermería y atención prehospitalaria	52
Imagen 12: Servicios de buses más cómodos, modernos y seguros	52
Imagen 13: Servicio de duchas y venta de kit de aseo	53
Imagen 14: Servicios de establecimientos comerciales	53
Imagen 15: Retiro empleado en las cinco postales, promocionando los múltiples servicios de la Terminal	54
Imagen 16: Propuesta inicial de afiche	55
Imagen 17: Referencia de postal N° 1	56

Imagen 18: Referencia de postal N° 2	57
Imagen 19: Referencia de postal N° 3	57
Imagen 20: Referencia de postal N° 4	58
Imagen 21: Referencia de postal N° 5	58
Imagen 22: Referencia de postal retiro, cuatricromía	59
Imagen 23: Referencia de afiche cuatricromía	60
Imagen 24. Publicación de afiche en Revista Guía Pasajero	68
Imagen 25: Pantallazo extraído de la Pagina Institucional: http://www.terminaldetransporte.gov.co	69
Imagen 26: Pantallazo extraído de la Página http://www.colomvias.com/terminal.php	69
Imagen 27: Pantallazo extraído de la Página http://www.colomvias.com/terminal.php	70
Imagen 28: Pantallazo extraído de la Página http://www.colomvias.com/terminal.php	70
Imagen 29: Pantallazo extraído de la Página http://www.colomvias.com/terminal.php	71
Imagen 30: Pantallazo extraído de la Página http://www.colomvias.com/terminal.php	71

LISTA DE MAPAS

Mapa 1: Registros del proceso de elaboración y publicación de piezas
gráficas

31

Para empezar, se puede decir que la comunicación y su imprescindible presencia en las sociedades, ha permitido la evolución del hombre y con él sus procesos comunicacionales y de interacción con los demás seres humanos. Al respecto, Fernández (1986, p.3), hace referencia que al comunicarse se pretende establecer algo en común con alguien, es decir, compartir alguna información, idea, concepto o actitud. Por otra parte, partiendo de la génesis de la palabra comunicación que en latín significa *communis*, común, el autor expone que “al comunicarnos pretendamos establecer algo en común con alguien o lo que es lo mismo, tratamos de compartir alguna información, alguna idea o comportamiento”.

Como consecuencia de lo anterior, surge o se explica el porqué el hombre a través del tiempo ha tenido la necesidad de comunicar todo aquello que piensa, siente o experimenta, ejercicio fundamental para los procesos básicos de socialización y aprendizaje de todos los seres humanos. En esta misma línea, se puede decir que en la actualidad la comunicación es empleada para diversos fines, debido a que a diario miles de personas de todo el mundo dedican gran parte de su tiempo a enviar y recibir mensajes, (escuchar, leer, hablar). Según, Berlo (1976, P.18), estos procesos deben ser eficaces, es decir; que el emisor sepa transmitir y el receptor sepa recibir de forma correcta, además el proceso debe responder a: quién, qué dice, en qué canal, a quién y con qué efecto. Por lo tanto, las comunicaciones deben ser tanto eficientes como efectivas, la eficiencia se refiere a emplear un mínimo de recursos para enviar el mensaje y la efectividad significa

que la intención de quien envía y la interpretación de quien recibe deben ser idénticas. En otras palabras, Londoño (2006, p.16) argumenta que todo proceso comunicativo subyace en los actuares cotidianos de la comunicación asertiva, es decir, que el emisor sepa comunicar y el receptor sepa tomar el mensaje de una forma correcta.

Ahora bien, se puede decir que dentro de las múltiples formas de comunicación que se conocen hoy en día, se encuentra la comunicación gráfica, la cual - hace un fuerte énfasis sobre la naturaleza del signo visual y los procesos de comunicación en los cuales tiene lugar desde su carácter semiótico y cultural (PCP UNIMINUTO, 2010, p.73) - . Es así como, a lo largo de esta sistematización se realizará un análisis expositivo de cuáles fueron las fortalezas, las debilidades, los aprendizajes y las experiencias del trabajo realizado en la Terminal de Transporte de Bogotá, desde las prácticas profesionales de la carrera de Tecnología en Comunicación Gráfica de la Universidad Minuto de Dios “UNIMINUTO” en el segundo semestre de 2011.

Luego a partir de esta experiencia y la sistematización de la misma se construirá una guía práctica que brinde a los futuros practicantes de comunicación gráfica orientaciones y herramientas generales para posibles soluciones gráficas en contextos similares al de la Terminal de Transporte.

1.1 Contexto de la práctica profesional:

- Para iniciar el proceso de prácticas profesionales fue necesario establecer un primer contacto con la oficina asesora de comunicaciones de la Secretaría Distrital de Movilidad, entidad Pública en cabeza líder de las políticas relacionadas con el sector de movilidad en la ciudad de Bogotá. En el momento de iniciar las prácticas profesionales me encontraba trabajando en esta institución desde un área diferente a la de la comunicación gráfica.
- Luego de que la oficina de comunicaciones de la entidad aceptó la realización de mis prácticas profesionales me fue delegada la responsabilidad de crear y construir las piezas gráficas que en ese momento requería la Terminal de Transporte (entidad perteneciente al sector movilidad) para la campaña ***“Más para tí, Más Terminal”***.
- La campaña ***“Más para tí, Más Terminal”*** buscaba generar un uso más eficiente, seguro, cálido y completo para los viajeros, la ciudad, los transportadores, los conductores, comerciantes y para la misma Terminal. Empeñados en este propósito, desde la oficina de comunicaciones de la Terminal se buscaba diseñar unas piezas gráficas que, a través de una estrategia de comunicación en la temporada alta de Diciembre de 2011, invitara a la ciudadanía a utilizar y a disfrutar de los servicios y ventajas que ofrece a todos los usuarios.

- Esta campaña fue dirigida por el Director de la Oficina de Comunicaciones de la Terminal de Transporte de Bogotá, quien inicialmente realizó una descripción a cerca del objetivo y finalidad de la campaña. Igualmente, hizo una contextualización general de la entidad refiriéndose a su Misión, Visión, Políticas y Manual de imagen corporativa. En este espacio me fue planteada la siguiente necesidad: **¿Cómo promover el uso de los espacios y los servicios que ofrece la Terminal de Transporte de Bogotá?**

2. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una guía práctica que marque pautas para posibles soluciones gráficas en contextos similares, mediante la identificación de las fortalezas y debilidades que se presentaron en el desarrollo de las prácticas profesionales realizadas en la Terminal de Transporte de Bogotá.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir las etapas del proceso de sistematización de práctica profesional en la Terminal de Transporte de Bogotá.
- Identificar cuáles fueron las fortalezas durante el proceso de práctica profesional.
- Identificar cuáles fueron las debilidades durante el proceso de práctica profesional.
- Describir cuál fue el proceso de elaboración y publicación de las piezas gráficas para la campaña “Más para tí, Más Terminal”.

3. JUSTIFICACIÓN

La sistematización es la interpretación crítica de una o varias experiencias, que a partir de su reconstrucción y ordenamiento, descubre o explica la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí, y porqué se han hecho de este modo (Barnechea, 1999, p.33). Por otra parte, el Instituto Interamericano de Derechos Humanos IIDH (2002, p.24), explica que:

“Teniendo en cuenta que la sistematización es una forma de producir conocimiento se considera un tipo especial de producir investigación cualitativa. Se caracteriza, básicamente, por cuatro aspectos: En primer lugar, por su objeto de conocimiento, mientras la investigación cualitativa se propone comprender un aspecto o dimensión de la realidad social, la sistematización se apropia de las experiencias que se generan en las intervenciones sobre esa realidad, es decir; se ocupa de la experiencia que se genera a partir de una práctica social. En segundo lugar, por su propósito, ya que su principal finalidad es generar conocimiento a partir de la experiencia social. En tercer lugar, por su flexibilidad en cuanto a la diversidad de métodos que se pueden utilizar para recolectar la información. En cuarto lugar, por la participación de los actores involucrados en la interpretación o análisis de su propia experiencia”.

Ahora bien, tomando como referente las concepciones teóricas expuestas anteriormente acerca de lo que significa sistematizar, es necesario plantearse las siguientes preguntas: **¿por qué sistematizamos? y ¿para qué sistematizamos?**

Para dar respuesta a estos dos interrogantes, se analizará su significado no solo a la luz de lo teórico y conceptual, sino principalmente desde su relación con la experiencia de práctica profesional vivida en la Terminal de Transporte de Bogotá, y de esta forma ser coherente con lo que plantea la sistematización de experiencias: “Actualmente la sistematización es reconocida como una herramienta que permite la producción de conocimiento a partir de una práctica vivida, pero es un conocimiento que tiene una utilidad práctica: reflexionar sobre nuestras experiencias para mejorarlas y que otros aprendan de estos procesos (Burbano, 2007, p.29)” .

3.1 ¿Por qué sistematizar la experiencia de práctica profesional realizada con la Terminal de transporte de Bogotá?

Esta sistematización será un referente y un punto de partida para todos aquellos estudiantes de Comunicación Gráfica que inician sus prácticas profesionales. Puesto que, como es sabido el compromiso de crear un mensaje gráfico, implica llevar a cabo un proceso de comunicación en el que intervienen diversos factores y actores, desde que inicia el proceso hasta que llega a su objetivo final. Es decir, que los mensajes transmitidos a través de la pieza o producto gráfico sean fáciles de asimilar por el público objetivo. Sin embargo, en algunos casos, la ansiedad y el temor frente a las labores y funciones que se tendrán que desarrollar desde las prácticas profesionales, generan en los estudiantes cuestionamientos e interrogantes frente a su quehacer, como por ejemplo: ¿Qué voy a hacer?, ¿Cómo

lo voy a hacer?, ¿Qué esperan de mí?, ¿Será que si puedo lograrlo?, ¿Qué línea gráfica será la más apropiada? , estas y otras preguntas surgen constantemente.

Por lo anterior, la presente sistematización busca recuperar de forma lógica y ordenada la experiencia de práctica profesional realizada en la Terminal de Transporte de Bogotá. Además, extraer sus enseñanzas, sus fortalezas y debilidades, y así evitar caer en el grave error de reducir la experiencia vivida en una simple acumulación de registros, recolección de información y narración de anécdotas.

Por otra parte, esta sistematización pretende proporcionar información y nuevo conocimiento que permita a los lectores, reflexionar de manera crítica la experiencia y facilitar la socialización de la misma. Igualmente, la construcción de este documento permite que “Los profesionales inmersos en realidades parecidas y enfrentando problemas similares, puedan aprender de esta experiencia, posibilitándoles no partir siempre de cero y no repetir los errores que podemos haber cometido (Burbano, 2007, p.29) “.

3.2 ¿Para qué sistematizar la experiencia de práctica profesional realizada con la Terminal de Transporte de Bogotá?

En primer lugar, se sistematiza para comprender, y en consecuencia mejorar nuestra práctica profesional. En segundo lugar, sistematizar, nos permite revisar el

pasado y proyectarlo ordenadamente hacia el futuro, a partir de un proceso reflexivo, que no se agota simplemente a una lista de actividades, contenidos y dinámicas repetitivas ni mecánicas. En ese sentido, “sirve para preservar la memoria histórica de una experiencia, tomando en cuenta sus motivaciones, desarrollo, contenidos, técnicas, resultados y aprendizajes, es decir; va más allá de la asimilación y acumulación de contenidos (IIDH, 2002, p.26)”. Al respecto, (Burbano, 2007, p.27) sostiene que:

“La sistematización nos permite, a los profesionales en la acción enfrentar un riesgo que se nos presenta frecuentemente: caer en el activismo y la repetición mecánica de ciertos procedimientos. En la medida que la sistematización nos obliga a reflexionar constantemente sobre nuestro trabajo, a pensar permanentemente en el sentido que tiene nuestro quehacer, nos ayuda a reconocer sus avances y límites, superando así las posibles desviaciones”.

De ahí que, a partir de la experiencia vivida en la práctica profesional, surge la necesidad de desarrollar una guía práctica que marque pautas para posibles soluciones gráficas en contextos similares al de la Terminal de Transporte de Bogotá. Finalmente, es importante resaltar el carácter transformador de la sistematización (Burbano, 2007, p.31):

“No sistematizamos para informarnos de lo que sucede y seguir haciendo lo mismo, sino para mejorar, enriquecer, transformar nuestras prácticas”.

4 ANTECEDENTES

En este punto se abordarán los antecedentes de la sistematización, con el propósito de presentar trabajos y proyectos realizados en diferentes escenarios nacionales e internacionales, que se enfocaron en sistematizar experiencias similares a la vivida desde la práctica profesional en la Terminal de Transporte de Bogotá.

4.1. Antecedentes de sistematización a nivel nacional

Al realizar la búsqueda de sistematizaciones similares a nivel nacional se tomó como punto de referencia, la sistematización realizada en el año 2011, por Vanessa Barona Tenorio, estudiante de la facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente de la ciudad de Cali: *“Sistematización de la estructura organizacional y publicitaria del festival audiovisual de cortometrajes universitarios intravenosa de cinecilina, que direcciona el desarrollo de una estrategia de comunicación y promoción para el posicionamiento del festival en la región”*. Ésta sistematización tenía como objetivo:

“Sistematizar la estructura organizacional y publicitaria del festival audiovisual de cortometrajes universitarios INTRAVENOSA de Cinecilina, para direccionar el desarrollo de una estrategia de comunicación y promoción que permita a futuro posicionar el festival en la región”. Por otra parte, buscaba Identificar qué elementos de la organización interna de los festivales de cine son pertinentes para desarrollar un manual de organización y

promoción para el festival de cine universitario INTRAVENOSA que lo consolide como un espacio cultural (Barona, 2011, p.48)”.

Estos fueron algunos de los principales resultados de la sistematización:

- El desarrollo de un manual que concretara la información encontrada durante el trabajo de campo realizado.
- La experiencia vivida apporto a construir una guía de gestión y desarrollo del Festival de cine universitario INTRAVENOSA, que a pesar de plantearse desde un caso específico, podrá servir de referente para el desarrollo de cualquier otro evento cultural con características similares.
- De otro lado, dentro de la sistematización se evidencia que estos procesos de creación con relación a la cultura se deben sostener desde una empresa cultural y que por consiguiente éstas funcionan por medio de la gestión que cada persona que pertenece a ella debe mantener, por lo tanto el manual por sí solo no garantizará la sostenibilidad estructural y promocional del Festival de cine universitario INTRAVENOSA, si no que ésta dependerá del equipo y la apropiación que el mismo tenga del proyecto.
- A partir de la sistematización de la experiencia vivida, se logró reconstruir los diferentes procesos en la realización de festivales de cine universitario, esto permitió encontrar cuáles fueron las fortalezas y debilidades de este tipo

de eventos, para luego desarrollar un manual de organización y promoción para el festival de cine universitario INTRAVENOSA que lo consolidara y posicionara como un espacio cultural.

4.2. Antecedentes de sistematización a nivel internacional

Dando paso a los proyectos realizados a nivel internacional, se citará la sistematización realizada en el año 2006, por Rebeca Diaz-vaz Varas, aspirante al título de periodista de la universidad Austral de Chile: *“Sistematización de la experiencia del diseño y realización de un video promocional. El caso del video para la facultad de filosofía y humanidades de la universidad austral de chile”* (Díaz, 2006, p.5, 6, 61, 62, 63).

El objetivo de esta sistematización fue, contribuir a la difusión de las carreras de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Austral de Chile, mediante la elaboración de un video promocional que reforzara y consolidara su presencia en la zona sur del país. Igualmente, buscaba:

- Establecer las ventajas comparativas de la Universidad Austral de Chile y de las carreras de la Facultad de Filosofía y Humanidades, frente a otras instituciones de Educación Superior, de oferta similar.

- Sistematizar la experiencia de la realización de un video, entendida como una herramienta técnica de comunicación.
- Dar cuenta de los aprendizajes y experiencias obtenidos a lo largo de la ejecución del producto, para guía de futuras iniciativas de realización similares.

Estos fueron algunos de los principales resultados y conclusiones de la sistematización:

- En el proceso de recolección de información y organización de todos los registros y métodos de recolección de datos empleados, se encontró una entidad de educación superior con ventajas significativas con respecto a otras instituciones similares: La ciudad de Valdivia como entorno, su calidad docente, la amplia gama de ofertas académicas, su infraestructura de punta, entre otros atributos, lo que, sin lugar a dudas, facilitó considerablemente el trabajo de “mostrar” tales cualidades.
- Para la elaboración del video promocional de las facultades de Filosofía y Humanidades de la Universidad Austral de Chile, no fue necesario “embellecer” sus atractivos, pues éstos saltaban a la vista; bastó con identificarlos, seleccionarlos, ordenarlos en un determinado texto o discurso (audiovisual, en este caso) y proyectarlos a un público determinado.

En cuanto a la sistematización de un trabajo de estas características, se considera importante destacar dos aspectos:

- En primer lugar, consultar sistematizaciones anteriores permitió confirmar los importantes cambios experimentados por la universidad, en especial, por la Facultad de Filosofía y Humanidades; cambios de forma y de fondo que se resumen en una nueva “imagen” que ha sabido conservar su esencia, desarrollo y naturaleza. Esto evidenciaba cambios cualitativos trascendentales para la facultad y absolutamente necesarios de comunicar y revelar tanto a los públicos internos como externos de la institución.

- El hecho de poder realizar un producto audiovisual promocional con equipamiento propio de la Facultad, con la más alta tecnología y sin necesidad de recurrir a productoras audiovisuales externas, revela de hecho una situación que -hace tan solo un par de años atrás- era impensable, como queda de manifiesto al revisar sistematizaciones anteriores. Así, un aspecto fundamental que se concluye con la realización de este trabajo, es la necesidad de aprovechar al máximo estas ventajas y potencialidades. Es por eso que se dio un aporte, a partir, de la elaboración de un producto concreto, que en sí mismo fuese capaz de demostrar la conveniencia y la factibilidad de la realización de este tipo de obras, acompañado de una sistematización que se espera sirva de guía para que otros puedan contribuir al fortalecimiento institucional de sus universidades, por medio de estos recursos.

5. AGENTES INVOLUCRADOS EN LA EXPERIENCIA

La construcción de un proceso de sistematización requiere de la intervención de más de un agente, pues es importante entender este proceso como un conjunto y un todo que se reconstruye paso a paso, adquiriendo sentido y coherencia, a través de los aportes, percepciones y experiencias de los diferentes agentes involucrados. Por tanto, es fundamental recoger la voz, el sentir y el rol que desempeñó cada actor, para facilitar la construcción de un nuevo conocimiento, que permita la reflexión y el aprendizaje en común. A continuación se describen los agentes involucrados en la presente sistematización, y se menciona cuál fue el aporte de cada uno para el desarrollo de la misma:

5.1 Primer agente clave - encargado de la sistematización

Julio Cesar Guapacha Osorio: Estudiante de Tecnología en Comunicación Gráfica de la Universidad Minuto de Dios de Bogotá. Practicante delegado por la Secretaría Distrital de Movilidad para desempeñar labores como Comunicador Gráfico en la Terminal de Transporte de Bogotá.

En este escenario, se le solicitó plantear y diseñar una solución gráfica que permitiera ofertar los servicios de la Terminal de Transporte a la ciudadanía, en el marco de la campaña **“Más para tí, Más Terminal”**. Estrategia de comunicación

que sería publicada semanas previas a la temporada alta de Diciembre del año 2011.

5.2 Segundo agente clave en la experiencia

Leonardo Ríos: Director de la Oficina de Comunicaciones de la Terminal de Transporte de Bogotá – Comunicador Social de la Universidad Jorge Tadeo Lozano - , con seis años de experiencia como directivo responsable de coordinar y liderar todas las políticas y dinámicas de comunicación internas y externas de la Terminal de Transporte.

Este agente, fue quien solicitó a la oficina asesora de comunicaciones de la Secretaría Distrital de Movilidad, el desarrollo de un concepto gráfico que permitiera dar solución a la siguiente necesidad: *¿Cómo promover el uso de los espacios y los servicios de La Terminal de Transporte de Bogotá?* Igualmente, acompañó y guió cada una de las etapas para facilitar el proceso de diseño y publicación de las piezas gráficas. Entre estos apoyos estuvo gestionar la autorización para el acceso a todos los espacios de la terminal como por ejemplo: zonas de uso común, zonas de uso operativo y zonas de uso restringido. Con el fin de que el practicante pudiera desarrollar una observación y registro fotográfico de dichos espacios.

Por otra parte, realizó acompañamiento a la construcción de bocetos de las propuestas gráficas, aportando sugerencias desde su rol como profesional en comunicación social y Director de la oficina de comunicaciones de la entidad.

Finalmente fue la persona encargada de aprobar (dar el visto bueno) de las artes finales para ser enviadas a la Imprenta Distrital, entidad que se encarga de realizar el tiraje de todos los productos a publicar por las diferentes entidades del Distrito (ver anexo 1).

En la fase de publicación de las piezas gráficas fue quien coordinó su divulgación en medios digitales como la página institucional de la Terminal de Transporte; <http://www.terminaldetransporte.gov.co>, y la página web de una empresa de transporte asociada a la Terminal; <http://www.colomvias.com/terminal.php>, <http://www.colomvias.com/>. Adicionalmente, coordinó la distribución de las piezas impresas en espacios internos y externos de la Terminal.

5.3 Tercer agente clave en la experiencia

Jhon Alexander Peña Romero: Diseñador Gráfico de la Oficina Asesora de comunicaciones de la Secretaría Distrital de Movilidad -Egresado de la Universidad Jorge Tadeo Lozano - . Con cuatro años de experiencia en el área del diseño en la Secretaría Distrital de Movilidad. Este agente, fué quien realizó un acompañamiento como tutor encargado de revisar y aportar su conocimiento

desde la parte técnica en diseño a los contenidos gráficos y al concepto empleado dentro de la campaña. Posteriormente fue la persona encargada de la configuración de los archivos de artes finales para ser enviados a la Imprenta Distrital.

6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La sistematización de la información recolectada brindará la posibilidad de reconstruir de forma organizada los diferentes procesos y etapas de la realización de las piezas gráficas para la Terminal de Transporte de Bogotá, a partir del ejercicio de clasificación de archivos, registros y experiencias vividas con cada uno de los agentes que intervinieron en esta experiencia.

Para este fin, se tuvo en cuenta dos métodos de recolección de información que propone la investigación cualitativa - observación y registro - , éstos a su vez son coherentes con lo que plantea la metodología para la recolección de información desde la sistematización de experiencias. Al respecto: (Vargas, 2010, p.9) sustenta que:

La Observación: Es el punto de partida del proceso prexeológico, se entiende como la capacidad de poner nuestros sentidos al servicio de la percepción, el entendimiento y la comprensión de la práctica observada.

El registro: La acción de registrar se trata de poner en juego las capacidades visuales, auditivas, sensoriales para plasmar la totalidad de la práctica observada y reconstruirla en un modelo.

6.1 Técnicas e instrumentos

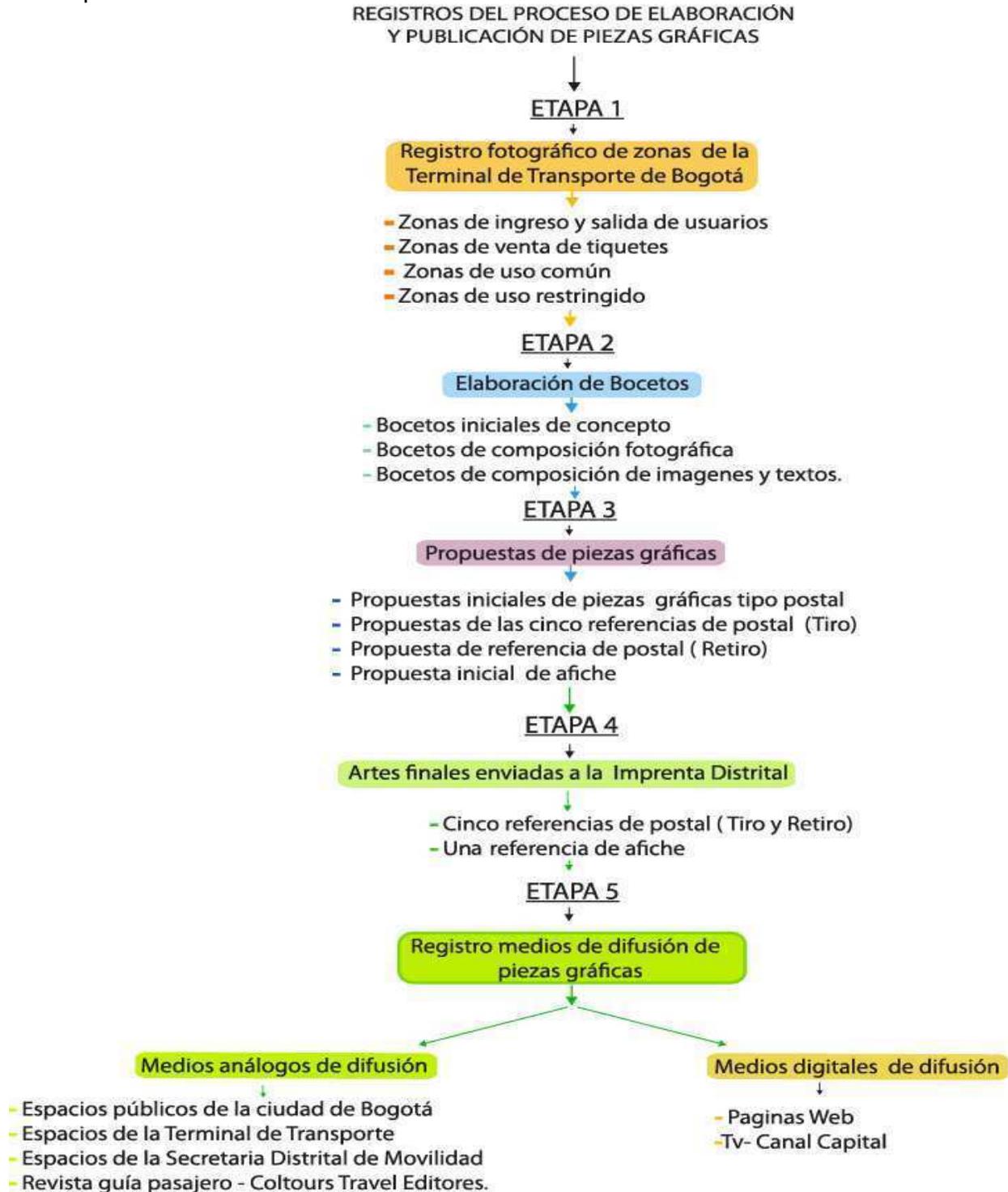
Como se explicó anteriormente, los métodos cualitativos se decidieron implementar en esta sistematización, para realizar una cuidadosa recolección de información desde el ejercicio práctico, y a su vez, los datos existentes sobre el tema alrededor de la construcción de las piezas gráficas para la Terminal de Transporte de Bogotá. Se emplearon entonces las siguientes fuentes para obtener la información.

Fuentes primarias

Se entiende como fuentes primarias, la recopilación de información oral, escrita o visual que emplea un investigador, en este caso el practicante para obtener información de manera directa de su objeto de estudio, entre ellas se implementaron las siguientes:

- Registro visual: Fotografías, Imágenes.
- Registro Oral: Entrevistas

Mapa 1.



Mapa 1: proceso de elaboración y publicación de piezas gráficas.

6.1.1. ETAPA 1:

REGISTRO FOTOGRÁFICO DE ZONAS DE LA TERMINAL DE TRANSPORTE DE BOGOTÁ

Estos registros se realizaron en los diferentes espacios de la Terminal de Transporte de Bogotá, los cuales se han categorizado por zonas:

- **Zonas de ingreso y salida de usuarios:** Puertas de ingreso peatonales y vehiculares a módulos.
- **Zonas de venta de tiquetes:** Taquillas en plazoletas y módulos de venta de tiquetes por empresa.
- **Zonas de uso común:** Salas de espera, baños públicos, enfermería, locales comerciales, bancos y guardaequipajes.
- **Zonas de uso restringido:** Sala de operaciones de seguridad, XXII estación de Policía, espacios de operación de buses.

6.1.2. Zonas de ingreso y salida de usuarios

Fotos 1, 2 y 3: Puertas de acceso a los módulos de viaje de la Terminal de Transporte, los cuales cuentan con sistemas de seguridad pública (Policía) y privada (Guardas de Seguridad).

Foto 1: Presencia de señalética en las entradas.



Foto 2: Puertas de ingreso con sistema de detección de metales.



Foto 3: Presencia de Policía, seguridad privada y cámaras de seguridad.



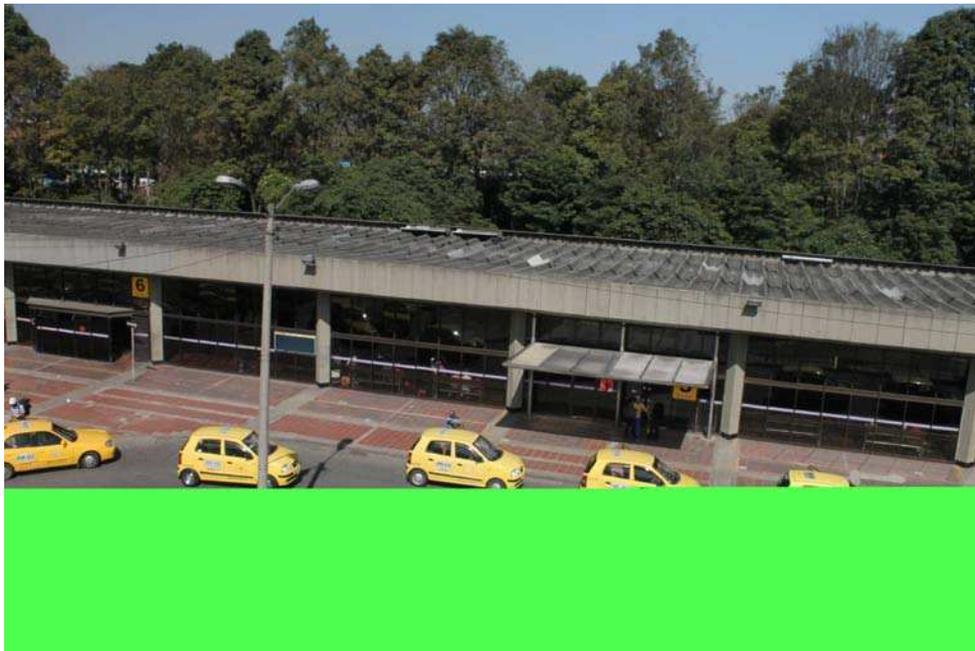
Foto 4 y 5: Zonas externas de llegada de usuarios a la Terminal



Foto 6: Zonas internas de descenso de pasajeros que llegan a la Terminal en buses de transporte intermunicipal.



Foto 7: Sistema de operación de despacho de taxis



Fotos 8: Servicio gratuito de carros maleteros



6.1.3 Zonas de venta de tiquetes

Fotos 9: Puntos de venta de tiquetes que se encuentran ubicados en las plazuelas centrales de cada uno de los cinco módulos de la Terminal.



6.1.4. Zonas de uso común

Foto 10: Servicio de Baños



Foto 11: Servicio de duchas para los viajeros de la Terminal



Foto 12: Kit de aseo personal que se encuentra en el espacio de las duchas.



Foto 13: Enfermería



Foto 14: Elementos de uso común en la enfermería



Foto 15: Zonas bancarias



Foto 16: Zonas comerciales



Foto 17: Plazoletas centrales



Foto 18: Sala de espera para salida de viajeros.



Foto 19: Servicio de sillas de ruedas.



6.1.5. Zonas de uso restringido.

Foto 20: Circuito cerrado de Televisión



Foto 21: Cámaras de alta tecnología en seguridad



Foto 22: Zonas de operación



Foto 23: Modernización de la flota de buses



Foto 24: Estación de policía al interior de la Terminal



6.2. ETAPA 2:

ELABORACIÓN DE BOCETOS

A partir del anterior registro fotográfico, el cual permitió la observación de todas las zonas y servicios de la terminal de transporte de Bogotá, surge la elaboración de los bocetos, que pretendían comunicar el concepto y la síntesis gráfica de todos los servicios que ofrece la Terminal a la ciudadanía, en el marco de la campaña “Más para ti, Más Terminal”.

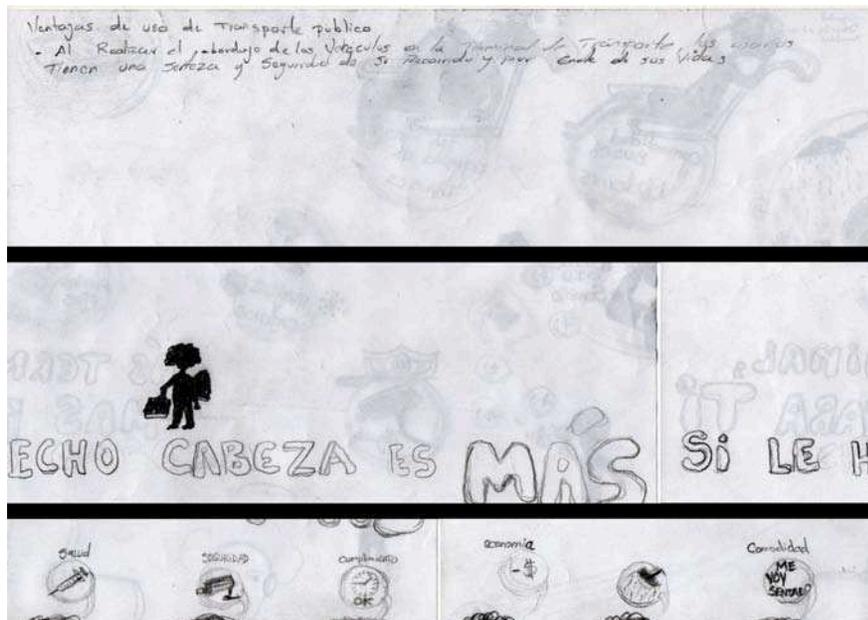
Ahora bien, antes de presentar la clasificación de los bocetos, que dieron paso a la elaboración de las propuestas de piezas gráficas, se argumentará conceptualmente qué es una síntesis gráfica. Al respecto, la Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (2011, p.1), sostiene que “Una **síntesis gráfica** es la capacidad de simplificar formas o conceptos dándoles mayor fuerza expresiva y una comunicación más clara del mensaje. Aparece cuando una figura simplifica su forma original manteniendo el uso de líneas y planos pero en menor cantidad, eliminando al máximo los detalles sobrantes”. Igualmente, menciona que es importante entender que la síntesis no es solo eliminación de los detalles: La verdadera síntesis se produce cuando se consigue comunicar un concepto de modo claro y preciso.

6.2.1. Bocetos iniciales de concepto

Imagen 1: Primer boceto que pretendía lograr una síntesis de los múltiples servicios que ofrece la Terminal.



Imagen 2: Segundo boceto en el cual se pretendía consolidar en una sola pieza gráfica los principales servicios que presta la Terminal.



6.2.2. Bocetos de composición fotográfica

Imagen 3: Fotocomposición lograda a través de diferentes alimentos de consumo en los desayunos ofrecidos en varios de los locales comerciales de la Terminal de Transporte.



Imagen 4: Boceto del tiro de pieza gráfica tipo postal (14.5 Cm x 9,5 Cm).

MÁS PARA TI, MÁS TERMINAL

*Viajar con la terminal
de transporte, es una
experiencia deliciosa.*

407 establecimientos comerciales
para ti y tu familia.

63 cámaras de seguridad cubren
el interior y la periferia, hacen de
la Terminal el lugar más seguro
para iniciar y finalizar su viaje.



La Terminal
Una experiencia positiva



6.2.3 Bocetos de composición de imágenes y textos

Imagen 5: Boceto del retiro de pieza gráfica tipo postal, construida con textos suministrados por el Director de la Oficina Comunicaciones de la Terminal de Transporte.

<p style="text-align: center;">YO USO LA TERMINAL DE TRANSPORTE PORQUE</p> <p>La resolución 540 de diciembre de 2009 de la Secretaria Distrital de Movilidad, Prohíbe recoger pasajeros en el perímetro urbano del Distrito Capital, así mismo no se permite violar el sello de control ubicado por la Terminal en la puerta de acceso de pasajeros. Evítese sanciones.</p> <p>Además cuenta con los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - puntos de información, pantallas de información de salidas y llegadas de vehículos. - Servicio prehospitalario y puesto de vacunación. - Servicio de duchas que incluye kit de aseo personal - Parqueaderos, teléfonos y baños públicos - Carros maleteros gratuitos y guarda equipaje. - Servicio de buses y taxis urbanos - Canal de televisión y entretenimiento "Viajeros Televisión" en salas de espera. - Punto de información turística (PIT). - Instalaciones especiales para personas en condiciones de capacidad limitada. - Servicio de encomiendas - Capilla de oración <p>» +</p>	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div> <p>La Terminal Una experiencia positiva</p> </div> </div> <hr/>
---	--

6.3. ETAPA 3:

PROPUESTAS DE PIEZAS GRÁFICAS

A partir de los bocetos anteriores, se inicia el proceso de elaboración de propuestas gráficas de cada uno de los servicios de la Terminal, para ello se tuvo en cuenta las sugerencias del Diseñador Gráfico de la Secretaria Distrital de Movilidad y el Director de comunicaciones de la Terminal. Se incluye imagen corporativa de la Terminal, colores institucionales y link de página institucional de la entidad.

6.3.1. Propuestas iniciales de piezas gráficas tipo postal

Imagen 6: Tiro de postal que promociona locales comerciales. Tamaño para impresión (14,5 cm x 9,5 cm)



Imagen 7: Retiro de postal que promociona los múltiples servicios de la Terminal.



Imagen 8: Boceto de tiro de pieza gráfica tipo postal, promocionando el servicio del uso de los buses dentro de la Terminal.



Imagen 9: Propuesta de tiro de postal de uso de los buses, con manejo de color institucional.



6.3.2. Propuestas de las cinco referencias de postal (Tiro)

Imagen 10: Servicios de seguridad, servicio de taxis y carros maleteros.



Imagen 11: Servicios de enfermería y atención prehospitalaria.

La Terminal
Una experiencia positiva

MÁS PARA TI, MÁS TERMINAL

En la Terminal de Transporte contamos con servicio prehospitalario las 24 horas y además puesto de vacunación.

Inf: 4233600 las 24 horas - web: www.terminaldetransporte.gov.co

Imagen 12: Servicios de buses más cómodos, modernos y seguros.

La Terminal
Una experiencia positiva

MÁS PARA TI, MÁS TERMINAL

Movilizando felicidad a toda Colombia.

Inf: 4233600 las 24 horas - web: www.terminaldetransporte.gov.co

Imagen 13: Servicio de duchas y venta de kit de aseo.

La Terminal
Una experiencia positiva

MÁS PARA TI, MÁS TERMINAL

Una experiencia refrescante con nuestro servicio de duchas y además incluye kit de aseo personal.

Duchas

kit de aseo

- 1 → Cepillo de dientes
- 2 → Crema dental
- 3 → Jabón de baño
- 4 → Shampoo
- 5 → Sandalias
- 6 → Toalla de baño

Inf: 4233600 las 24 horas - web: www.terminaldetransporte.gov.co

Imagen 14: Servicios de establecimientos comerciales.

La Terminal
Una experiencia positiva

Más para ti, Más terminal

Un servicio más atento

407 establecimientos comerciales a su servicio las 24 horas para un viaje más cómodo.

Inf: 4233600 las 24 horas - www.terminaldetransporte.gov.co

6.3.3. Propuesta de Referencia de postal (Retiro)

Imagen 15: Retiro empleado en las cinco postales, promocionando los múltiples servicios de la Terminal.

Yo elijo la terminal de transporte porque tengo servicios y ventajas tales como:

- Entidades Bancarias, cajeros automáticos.
- Seguridad policial y privada, 181 cámaras de seguridad.
- Servicio prehospitalario y puesto de vacunación.
- Servicio de duchas que incluye kit de aseo personal
- Parqueaderos, teléfonos y baños públicos
- Carros maleteros gratuitos y guarda equipaje.
- Servicio de buses y taxis urbanos.
- Canal de televisión y entretenimiento "Viajeros Televisión" en salas de espera.
- Punto de información turística (PIT).
- Instalaciones especiales para personas en condiciones de capacidad limitada.
- Servicio de encomiendas
- Capilla de oración
- Restaurantes y cafeterías

Inf: 4233600 las 24 horas - www.terminaldetransporte.gov.co

La Terminal
Una experiencia positiva

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | BOGOTÁ POSITIVA GOBIERNO DE LA CIUDAD

MOVILIDAD - Terminal de Transporte S.A.

Imagen 16: Propuesta inicial de afiche (medio pliego). Se realizó teniendo en cuenta los tiempos de lectura de los usuarios en espacios de constante movimiento. El concepto manejado fue el de viaje, relacionado con un maletín que incluía los servicios promocionados en las cinco postales.

**Más para ti,
Más terminal**

Vijar con la Terminal es llevar:

- Tranquilidad
- Comodidad
- Seguridad
- Bienestar
- Salud

La Terminal
Una experiencia positiva

Inf: 4233600 las 24 horas - www.terminaldetransporte.gov.co

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. BOGOTÁ GOBIERNO DE LA CIUDAD

MOVILIDAD - Terminal de Transporte S.A.

6.4. ETAPA 4:

ARTES FINALES ENVIADAS A LA IMPRENTA DISTRITAL

Estos diseños fueron aprobados por el Director de la Oficina de Comunicaciones de la Terminal de Transporte de Bogotá y de la Secretaria Distrital de Movilidad como artes finales para envi  a la Imprenta Distrital (Ver anexo 1). La reproducción de estas artes finales fue la siguiente: Cinco referencias de postal tiro y retiro con un tiraje de 25.000 ejemplares y una referencia de afiche con un tiraje de 100 ejemplares. (Ver anexo 1).

Imagen 17: Referencia de postal N  1, Tamaño para impresión (14,5 cm x 9,5 cm), tiro y retiro, cuatricromía – 5.000 ejemplares.



Imagen 18: Referencia de postal N° 2, Tamaño para impresión (14,5 cm x 9,5 cm), tiro y retiro, cuatricromía – 5.000 ejemplares.



Imagen 19: Referencia de postal N° 3, Tamaño para impresión (14,5 cm x 9,5 cm), tiro y retiro, cuatricromía – 5.000 ejemplares.



Imagen 20: Referencia de postal N° 4, Tamaño para impresión (14,5 cm x 9,5 cm), tiro y retiro, cuatricromía – 5.000 ejemplares.

**Más para tí,
Más Terminal**

La Terminal
Una experiencia positiva

86 Empresas Transportadoras a su servicio.

Para su tranquilidad:

- ⇒ Revisión técnico mecánica a todos los vehículos.
- ⇒ Pruebas de alcoholimetría a todos los conductores y exámenes de aptitud física.
- ⇒ Conductores certificados.

Información: 4233600 las 24 horas - www.terminaldetransporte.gov.co

Imagen 21: Referencia de postal N° 5, Tamaño para impresión (14,5 cm x 9,5 cm), tiro y retiro, cuatricromía – 5.000 ejemplares

**Más para tí,
Más Terminal**

La Terminal
Una experiencia positiva

Una experiencia refrescante con nuestro servicio de duchas que además incluye kit de aseo personal.

kit de aseo

- 1⇒ Cepillo de dientes
- 2⇒ Crema dental
- 3⇒ Jabón de baño
- 4⇒ Shampoo
- 5⇒ Sandalias
- 6⇒ Toalla de baño

(El costo será asumido por el usuario)

Información: 4233600 las 24 horas - www.terminaldetransporte.gov.co

Imagen 23: Referencia de afiche (medio pliego) cuatricromía- 100 ejemplares.

Más para tí, Más Terminal



Más para tí,
Más terminal

**Viajar por
La Terminal
es llevar...**

- ⇒ Tranquilidad
- ⇒ Comodidad
- ⇒ Seguridad
- ⇒ Bienestar
- ⇒ Servicios

Impresión: Subdirección Imprenta Distrital (D.D.D.)

La Terminal
Una experiencia positiva

Información: 4233600 las 24 horas - www.terminaldetransporte.gov.co

ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. BOGOTÁ POSITIVA GOBIERNO DE LA CIUDAD

MOVILIDAD - Terminal de Transporte S.A.

6.5. ETAPA 5

REGISTRO MEDIOS DE DIFUSIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS

6.5.1. Medios Análogos de Difusión

Dentro de las estrategias de divulgación de las piezas gráficas en el marco de la campaña “*Más para Ti, Más Terminal*” con el apoyo de la Policía Nacional de Tránsito, Facilitadores de la Secretaria Distrital de Movilidad y Guías de Misión Bogotá, se realizaron operativos y campañas de difusión de las postales y el afiche en diferentes espacios de la ciudad, especialmente, en las zonas donde la ciudadanía aborda de forma ilegal el transporte intermunicipal. Igualmente, éste material fue entregado a los usuarios de la Terminal de Transporte y en los puntos de atención al usuario de la Secretaria Distrital de Movilidad.

6.5.1.1. Espacios públicos de la ciudad de Bogotá

Foto 25, 26 y 27: Entrega piezas gráficas tipo postal en la Terminal de Transporte sede Salitre.



Foto 26.



Foto 27.



Foto 28: Publicación de afiche en espacios públicos en donde la ciudadanía aborda de forma ilegal el transporte intermunicipal.



Foto 29 y 30: Operativos realizados conjuntamente, entre la Terminal de Transporte y la Policía de Tránsito en paraderos ilegales, - calle 13 con Boyacá sobre el corredor de la Avenida Boyacá - .

Foto 29:



Foto 30:



6.5.1.2. Espacios de la Terminal de Transporte de Bogotá

Foto 31, 32 y 33: Afiche publicado en puntos de información al ciudadano - entrega de postales en puertas de acceso a los módulos de viaje.

Foto 31



Foto 32



Foto 33:



Foto 34: Publicación de postales y afiche en las carteleras de información de los diferentes módulos de viaje.



Foto 35: Entrega de postales en salas de espera de viajeros.



6.5.1.3. Espacios de la Secretaria Distrital de Movilidad

Foto 36: Publicación de afiche en carteleras institucionales



Foto 37: Publicación de afiche en carteleras institucionales.



6.5.1.4. Revista Guía Pasajero. Coltours Travel Editores

Imagen 24. Publicación de afiche en Revista Guía Pasajero Septiembre – Noviembre de 2012.

Guía Pasajero
Descuentos Turísticos y Hoteleros Bogotá (Cundinamarca)
Septiembre - Noviembre 2012

Viajar por La Terminal es llevar...

- ⇒ Tranquilidad
- ⇒ Comodidad
- ⇒ Seguridad
- ⇒ Bienestar
- ⇒ Servicios

La Terminal Más Humana

VENTAJAS DE USAR LA TERMINAL

- Mayor movilidad
- Disminución de la contaminación ambiental
- Menos desorden en las vías
- Modernización del parque automotor
- Mejoras en la calidad del servicio
- Incremento de la seguridad y comodidad
- Seguridad garantizada
- Facilidad para acceder al servicio
- Poder de decisión de los usuarios sobre el servicio
- Oportunidad
- Puntualidad
- Accesibilidad servicios complementarios
- Precios justos.

TIPS Y RECOMENDACIONES PARA UNA TERMINAL MÁS HUMANA

- * Para seguridad, siempre aléjese de los resultados de las terminales y no acepte la ayuda de intermediarios.
- * Por su seguridad, no reciba alimentos ni bebidas de personas extrañas.
- * Compre su boleto de viaje con anticipación, a través de los diferentes mecanismos (Página Web, Línea de Atención Telefónica, o directamente en las Termitas) evita congestiones.
- * Cuantifique la necesidad para el tránsito en la prestación del servicio para adelantarse en los puntos de elaboración de los boletines, o por la Superintendencia de Puertos y Transporte o del Estadio del Terminal y Transporte de forma gratuita desde su celular marcando al 4233.
- * No tome el bus sin pagar primero de las terminales de transporte, recuerde que la Secretaría de Movilidad de Bogotá por la Resolución 843 de noviembre de 2009 prohíbe recibir pasajeros en el estacionamiento de la Carrera 40a. No acepte autobuses, buses, buses de motor en las puertas de acceso de pasajeros.
- * Nunca descuide sus objetos personales, ayude al personal de seguridad de ser necesario.
- * Evite llevar exceso de equipaje, para grandes volúmenes use los servicios de encomienda de algunas empresas de transporte.
- * Evite llevar mascotas, si son necesarias, hágalo en los recipientes para mascotas o perros.

www.terminaldetransporte.gov.co
Línea de Atención 423 3600
24 Horas

BOGOTÁ HUMANA

6.5.2. Medios Digitales de Difusión

Las piezas gráficas aprobadas como artes finales fueron configuradas para medios digitales y enviadas al Director de Comunicaciones de la Terminal de Transporte, quien se encargó de publicarlas en la página Institucional: <http://www.terminaldetransporte.gov.co>, y la página web de Colmivias, empresa de Transporte asociada a la Terminal <http://www.colomvias.com/terminal.php>, <http://www.colomvias.com/>.

6.5.2.1 Páginas Web

Imagen 25: Pantallazo extraído el 02 de Noviembre de 2012 de la Página Institucional: <http://www.terminaldetransporte.gov.co>,



Imagen 26: Pantallazo extraído el 02 de Noviembre de 2012 de la Página <http://www.colomvias.com/terminal.php>



Imagen 27: Pantallazo extraído el 2 Noviembre de 2012 de la Página <http://www.colomvias.com/terminal.php>



Imagen 28: Pantallazo extraído el 2 Noviembre de 2012 de la Página <http://www.colomvias.com/terminal.php>



Imagen 29: Pantallazo extraído el 2 Noviembre de 2012 de la Página <http://www.colomvias.com/terminal.php>



Imagen 30: Pantallazo extraído el 2 de Noviembre de 2012 de la Página <http://www.colomvias.com/terminal.php>



6.5.2.2. TV – Canal Capital

Entrevista realizada en Canal Capital al Director de Comunicaciones de la Terminal de Transporte, el señor Leonardo Ríos.



6.6 ENTREVISTAS:

Entre los instrumentos empleados para la recolección de información durante la práctica profesional en la Terminal de Transporte de Bogotá, también se empleó la entrevista estructurada. Según, Sampieri (2003):

“La entrevista permite un acercamiento directo a los individuos de la realidad. Se considera una técnica muy completa. Mientras el investigador pregunta, registrando respuestas objetivas, es capaz de captar sus opiniones, sensaciones y estados de ánimo, enriqueciendo la información y facilitando la consecución de los objetivos propuestos”

En este caso se realizaron dos entrevistas a dos funcionarios claves para el proceso de construcción de las piezas gráficas en el marco de la campaña **“Más para tí, Más Terminal”**. Estas se aplicaron, en primer lugar, al Señor Leonardo Ríos Carmona, Director de Oficina de Comunicaciones de la Terminal de Transporte y, en segundo lugar, al Señor Jhon Alexander Peña, Diseñador Gráfico de la Oficina de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Movilidad.

A continuación se presenta el formato de entrevista empleado para la recolección de información a los agentes antes mencionados:

**ENTREVISTA AGENTES INVOLUCRADOS EN LA EXPERIENCIA DE
PRÁCTICA PROFESIONAL CON LA TERMINAL DE TRANSPORTE DE
BOGOTÁ D.C.**

Nombre: _____

Profesión: _____

Entidad: _____

Cargo: _____

Tiempo en el cargo: _____

Numero de contacto: _____

1. ¿Cuál fue su rol, en el acompañamiento de la práctica profesional del estudiante de Comunicación Gráfica Julio Cesar Guapacha Osorio?
2. ¿En qué consistió el acompañamiento que usted, le brindo al estudiante en cada una de las etapas de la práctica profesional?
3. ¿Cuáles fueron las piezas gráficas diseñadas por el practicante? Describalas.
4. ¿Cuáles fueron los medios de comunicación empleados por la entidad para la difusión de las piezas gráficas diseñadas por el practicante? Describalos.
5. ¿En qué contribuyo el trabajo gráfico desarrollado por el practicante en su entidad?
6. ¿Cuáles fueron las fortalezas que usted identifico durante el proceso de práctica profesional del estudiante?
7. ¿Cuáles fueron las debilidades que usted identifico durante el proceso de práctica profesional del estudiante?
8. ¿Considera usted importante sistematizar este tipo de experticias? Si, no ¿por qué?

6.6.1. Entrevista 1: Leonardo Ríos Carmona – Terminal de Transporte de Bogotá

1. ¿Cuál fue su rol en el acompañamiento de la práctica profesional del estudiante de Comunicación Gráfica Julio Cesar Guapacha?

Desde la dirección de comunicaciones de la Terminal de Transporte esta es una entidad que está vinculada a la Secretaria Distrital de Movilidad del distrito. El rol, la función que hizo Julio Cesar sobre todo relacionada con la orientación del trabajo para una campaña de cultura de uso de los terminales de transporte fue más como una orientación desde el conocimiento de la empresa de publicar a través de sus diseños el propósito de nuestra campaña que básicamente está enfocada a resaltar los servicios de la Terminal con el ánimo de atraer a los usuarios hacia las dos terminales de Bogotá.

2. ¿En qué consistió el acompañamiento que usted, le brindo al estudiante en cada una de las etapas de la práctica profesional?

En primer lugar, en la Terminal de Transporte hicimos un proceso de inducción y es el mismo proceso que hacemos para los trabajadores nuevos de la empresa cuando ellos son antiguos para recordar dentro de nuestra plataforma estratégica cuál fue nuestra visión, nuestra misión, nuestros valores corporativos le dimos una

inducción desde el funcionamiento de la operación del Terminal de cómo está organizada la empresa, de que áreas depende cada una de las labores que allí se ejecutan en torno al transporte intermunicipal en esa medida pues fuimos identificando servicios puntuales de la Terminal para citar un ejemplo servicios hospitalarios, el servicio como opera todo el plan de seguridad, como opera el tema de las centrales transportadoras en materia, pues del transporte del servicio que brindan desde nuestras instalaciones todo esto con el ánimo de contextualizar todas estas actividades para que ellas estuvieran enmarcadas en una estrategia de campaña que se denominó **“Más para tí, Más Terminal”**, de la cual básicamente queremos a través de esas piezas gráficas condensar o mostrar todos esos aspectos consientes de nuestra operación que fueran atractivos para el usuario con el ánimo de generar cultura social en la Terminal para que ellos no tomen el vehículo en las vías de la ciudad.

Por otra parte, el acompañamiento estuvo relacionado con lo que fue la canalización del brief para lo que era la producción de nuestra campaña, vimos en las diferentes etapas que era un boom para dar a conocer la idea y el propósito que tenía la Terminal en cuanto a la campaña más para tí, más Terminal, por eso en esta etapa definimos la propuesta desde el punto de vista del concepto de campaña fue un trabajo conjunto con la Secretaria de Movilidad del distrito y después se hizo ya la etapa de llamémosla de preproducción para que usted presentara la propuesta en esa preproducción pues se hizo el acompañamiento para facilitar el registro fotográfico de las instalaciones, la explicación de cómo

operábamos desde la Terminal para que usted como estudiante se llevara la noción de cómo funcionamos y así poder transmitir a través del diseño ese tipo de servicios que queremos destacar de la Terminal ya pues el acompañamiento estuvo relacionado con lo que fue las observaciones a las propuestas presentadas por el estudiante y lógicamente la validación y la aprobación final de las piezas listas para que finalmente quedaran ya listas para ya entonces su imprenta ante el distrito.

3. ¿Cuáles fueron las piezas gráficas diseñadas por el practicante?

Descríbalas.

Bueno el desarrollo de las piezas gráficas en la que se fundamento la campaña se vieron relacionadas con cinco referencias de postales, básicamente son unas postales tiro y retiro. **En el tiro** teníamos la descripción de un servicio relacionado con seguridad, servicios hospitalarios, el servicio de duchas de la Terminal, el servicio de las empresas transportadoras y por **la parte posterior** teníamos una serie de recomendaciones de la importancia y la ventaja de tomar transporte de la Terminal de Bogotá. Básicamente fueron 5 referencias de postales, y un afiche de medio pliego que conversamos esos 5 conceptos que reunían las postales a través del diseño en una maleta de viaje haciendo pues referencia a opción al transporte intermunicipal en donde conteníamos toda esta serie de servicios que se brindan en la Terminal de Bogotá enmarcadas en un lema de campaña que se

llama "*Más para Tí, Más Terminal*" y como vuelvo y reitero pues se destacaban los beneficios del uso de las terminales.

4. ¿Cuáles fueron los medios de comunicación empleados por la entidad para la difusión de las piezas gráficas diseñadas por el practicante? Descríbalos.

Las piezas gráficas fueron distribuidas en el caso de los afiches a través de las diferentes entidades del Distrito a través de la parte de comunicaciones para que desde las oficinas de comunicación de cada una de las entidades distritales se hiciera multiplicación de la información de la campaña y las postales fueron entregadas en los puntos de información de la Terminal de Transporte tanto sede salitre como la sede de la Terminal del sur. De igual forma hicimos operativos conjuntos con la policía de tránsito, de paraderos ilegales o piratas, esto es en el sector de Yomasa en la calle 13 con Boyacá sobre el corredor de la Avenida Boyacá al frente de la urbanización Carlos Lleras con el ánimo de posicionar el mensaje directamente a los usuarios que toman el vehículo fuera de las terminales. De igual forma parte de este material se hizo entrega a través del proyecto Misión Bogotá de la Administración Distrital y la Dirección Nacional de Tránsito y Transporte hizo otro tanto en las salidas de la ciudad diferentes puestos de control que tiene montado en los diferentes corredores de entrada y salida de la ciudad con el ánimo de hacer la multiplicación del mensaje que desde la Terminal se quería era en base al transporte intermunicipal. De igual forma estas piezas a

través de un portal Colombia de un convenio que se hizo con la Terminal de transporte se hizo un portal multimedia donde se publicó cada una de ellas a través de la pagina web www.terminalde transporte.gov.co y a través de la web www.colomvias.com.co .

En la actualidad las piezas no han sido desmontadas de nuestra página web porque precisamente queremos seguir posicionando ese mensaje de servicios a nuestros usuarios. Durante este presente año a través de un convenio con Colnortur Editores se saco en una publicación que se llama pasajeros que es una revista básicamente de turismo y de interés para el sector, una publicación con las recomendaciones de la Terminal y en una de las páginas de la publicación se saco el diseño del afiche de Más para Tí, Más Terminal. Esa revista circuló con 20.000 ejemplares. Esta circulando actualmente de hecho desde Agosto, Septiembre, Octubre y esos ejemplares se están entregando en Puente Aéreo ósea el Terminal Aéreo el Terminal Terrestre, Hoteles, Centros Comerciales y Gobernación de Cundinamarca.

5. ¿En qué contribuyó el trabajo gráfico desarrollado por el practicante en su entidad?

Pues en la medida en que estas piezas se están ofreciendo a través del diseño de los textos que allí se ubicaron un tema de ventajas y beneficios a los terminales, contribuye a la generación de la cultura de uso de la Terminal de transporte de Bogotá. Prácticamente aporta a la conciencia ciudadana en el sentido de que la

gente a veces no reconoce todos los servicios y es por eso que quizás a veces no usan la terminal de Bogotá. En esa medida ellos tuvieron un altísimo valor para la empresa porque nos permitieron al final de toda la campaña hacer una medición que pudiéramos determinar que se ha incrementado a partir de la encuesta el número de usuarios que frente al año anterior tomaron el vehículo desde las terminales de la ciudad.

Vuelvo y reitero, en la medida que nuestra campaña generó impacto en público y entre los ciudadanos que a diario usan los servicios intermunicipales pues de una u otra manera el diseño gráfico y ese tipo de trabajo contribuyen todo el tiempo, cien por ciento a generar conciencia y que ese finalmente es el propósito de las campañas que se hacen en el terminal que se vuelva cultura ciudadana el uso del servicio intermunicipal en condiciones cómodas, condiciones seguras que solo ofrecen estos terminales de la ciudad.

6. ¿Cuáles fueron las fortalezas que usted identificó durante el proceso de práctica profesional del estudiante?

Una buena disposición, una buena atención a los requerimientos que se le hacían, la disponibilidad de tiempo que siempre tuvo para con nosotros, el acatar instrucciones que se le daban en su momento, el aporte también que nos hizo desde la parte creativa que nos pareció muy particular el hecho de que no se hubieran hecho imágenes sino que se hubiera hecho a partir de la señalética e

iconografía prácticamente rompiendo con un esquema que traía la Terminal de Transporte que era a partir de fotografías e imágenes, entonces eso fue un tema muy creativo, innovador para la Terminal porque no se han hecho campañas con este tipo de elementos de señalética y iconografía y tuvo un impacto positivo en nuestros usuarios porque así nos lo manifestaron en las diferentes encuestas posterior a la campaña.

7. ¿Cuáles fueron las debilidades que usted identificó durante el proceso de práctica profesional del estudiante?

Bueno a pesar de que la práctica como tal fue satisfactoria para la organización ósea para la Terminal de Transporte de Bogotá pues otras debilidades se dieron en el proceso ya al final de la producción de las piezas gráficas que están relacionadas con lo que respecta a la entrega de estos artes finales. Porque desde los servicios de la imprenta que fue con quien hicimos la campaña ellos dan unas especificaciones técnicas las cuales inicialmente los archivos que entrega el estudiante no se cumplieron, esto hizo que el proceso pues tuviera una devolución lógicamente hasta que se hicieran los ajustes necesarios para que el material fuera aceptado y aprobado en la imprenta para ya la impresión final de los archivos.

8. ¿Considera usted importante sistematizar este tipo de experiencias? Si, no ¿por qué?

Es importante sistematizar este tipo de experiencias, al final de cada proceso de práctica de un estudiante sea cual fuera su especialidad. Para ello, es importante que tanto la empresa o la entidad en la que se está haciendo la práctica, el estudiante y la universidad para la cual están haciendo el trabajo, tengan conocimiento de los avances de las dificultades y fortalezas de la misma. Esto permite hacer procesos de mejora continua en aras de que futuros estudiantes tengan referentes de experiencias anteriores, para que los convenios que se establecen con las entidades tengan óptimos resultados y los practicantes se caractericen por un buen desempeño profesional a la hora de asumir un rol laboral en su vida.

6.6.1.1. Entrevista 2: Jhon Alexander Peña Romero - Secretaria Distrital de Movilidad.

1. ¿Cuál fue su rol, en el acompañamiento de la práctica profesional del estudiante de Comunicación Gráfica Julio Cesar Guapacha Osorio?

Buenos días yo soy Jhon Alexander Peña Romero soy diseñador gráfico en la Oficina asesora de comunicaciones de la Secretaria Distrital de Movilidad y bueno mi rol dentro del proceso de práctica del señor Julio Cesar Guapacha fue de tutor, yo era el encargado de revisar y aportar a la gráfica y al concepto empleado dentro de la campaña.

2. ¿En qué consistió el acompañamiento que usted, le brindo al estudiante en cada una de las etapas de la práctica profesional?

Yo entro a intervenir en la práctica de Julio Guapacha en el momento en que el pasa una propuesta gráfica para una campaña institucional que requería el Terminal de Transporte. La Terminal de Transporte es una entidad vinculada a la Secretaria de Movilidad y hicimos uso de los conocimientos de Julio Guapacha en diseño para la realización de una campaña institucional. Las etapas de la práctica profesional partió de una reunión en la que se definieron los conceptos a trabajar en la campaña posterior a esto se emplearon una serie de bocetos y conceptos gráficos se buscaron unos referentes gráficos y unos antecedentes al proyecto se le quiso dar continuidad al proyecto institucional que tenía el Terminal de Transporte y se empezó a manejar la campaña y todo su desarrollo a partir de esas cosas previas que se habían desarrollado en el Terminal.

3. ¿Cuáles fueron las piezas gráficas diseñadas por el practicante? Descríbalas.

Las piezas gráficas que se diseñaron para esta campaña fueron dos, fueron unas postales dando pues cabida a todo el tema del viajero que necesita digamos un souvenir o algo para llevar y también se diseñaron unos afiches para ser exhibidos en las instalaciones del Terminal lo importante de todo esto es que estas piezas también se les dio un alcance en medios virtuales digitales como las pantallas del Terminal de Transporte y en la páginas Web del Terminal.

4. ¿Cuáles fueron los medios de comunicación empleados por la entidad para la difusión de las piezas gráficas diseñadas por el practicante? Descríbalos.

Los medios de difusión empleados por la Secretaria de Movilidad para difundir la campaña del Terminal de Transporte fueron las carteleras institucionales, se trabajó también en los puntos de atención donde se repartió el material y en algunos eventos específicos.

5. ¿En qué contribuyo el trabajo gráfico desarrollado por el practicante en su entidad?

Contribuyó en ser un apoyo para la entidad vinculada a la Secretaria de Movilidad y en permitir demostrar digamos su trabajo y su línea gráfica. Contribuyó también en ayudar también a posicionar una marca de Secretaria de Movilidad como entidad rectora de la movilidad en Bogotá.

6. ¿Cuáles fueron las fortalezas que usted identificó durante el proceso de práctica profesional del estudiante?

Las fortalezas que encontré dentro del proceso del practicante fueron un muy buen trabajo de investigación previo hubo un muy buen trabajo de buscar referentes de generar ciertos contenidos a partir de lo ya existente y en enfocarse en las necesidades del cliente.

7. ¿Cuáles fueron las debilidades que usted identificó durante el proceso de práctica profesional del estudiante?

Las debilidades que encontré dentro de la práctica profesional fue de pronto que se sintió un poco solo no hubo digamos los medios para hacerle óptimo su desarrollo dentro de la experiencia. Hubo de pronto algunas trabas en cuanto a los procesos dentro del Terminal de Transporte y falta de presupuesto.

8. ¿Considera usted importante sistematizar este tipo de experiencias? Si, no ¿por qué?

Si me parece importante sistematizar los procesos pues es dejar la evidencia de todo el trabajo que se hace de investigación de desarrollo y de implementación de una campaña es súper importante pues apoyar este tipo de iniciativas porque es hoja de vida y es cancha profesional para el practicante.

7. ANÁLISIS RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Luego de finalizar el proceso de organización y categorización de la información recolectada en cada una de las etapas de la presente sistematización se obtuvieron los siguientes resultados, estos se presentarán a la luz de los objetivos planteados inicialmente:

- A partir de la práctica profesional vivida en la Terminal de Transporte de Bogotá, se logró reconstruir todas las etapas del proceso de creación y posterior publicación de las piezas gráficas para la campaña denominada “*Más para tí, Más Terminal*”. Igualmente, permitió identificar cuáles fueron las fortalezas y debilidades de este tipo de trabajos gráficos, y a partir de ello desarrollar una guía práctica que marque pautas para posibles soluciones gráficas en contextos similares al de la Terminal.
- Para el proceso de sistematización de prácticas profesionales fue importante tener en cuenta las opiniones y puntos de vista de todos los actores que participaron de una u otra forma en el proceso, esto permitió la construcción de nuevo conocimiento, en este caso, en torno a las etapas de exploración del contexto, diseño, contenido, composición y publicación de las piezas gráficas para la campaña. En otras palabras, como sostiene Vargas (2010): “En medio de la práctica aparecen múltiples lecturas que tienen que visualizarse y confrontarse para construir un objeto de reflexión y aprendizaje en común.”

7.1 Fortalezas

- El haber tenido un proceso de inducción acerca de la misión, la visión, los valores corporativos y el manual de operaciones de la Terminal de Transporte, permitió en primer lugar, realizar el registro fotográfico de cada una de las zonas, y a partir de ello conocer e identificar los servicios puntuales con los que cuenta la Terminal, cómo por ejemplo: Los servicios prehospitalarios, servicios de plazoletas comerciales, servicios de zonas bancarias, entre otros. Por otra parte, facilitó contextualizar y conceptualizar las piezas gráficas en coherencia con la realidad observada y con el propósito de la campaña “*Más para tí, Más Terminal*”.
- El diseño y concepto de las piezas gráficas, se vieron reflejadas en cinco referencias de postales y un afiche. En el caso de las postales, en el (*tiro*) se diseñó una composición entre imagen y texto, promocionando los servicios de seguridad, servicios prehospitalarios, servicio de duchas en los baños, servicios de locales comerciales y el servicio de las empresas transportadoras. Por la parte posterior (*retiro*) se presentó una serie de recomendaciones sobre la importancia y las ventajas de tomar el transporte intermunicipal dentro de la Terminal. En lo que respecta, al afiche se condensaron los servicios presentados anteriormente en el diseño de una maleta de viaje enmarcados en el lema de campaña “*Más para tí, Más Terminal*”.

- La creatividad del practicante en la elaboración de las piezas gráficas compuestas a partir de elementos de la señalética de algunas de las zonas comunes de la Terminal, permitió innovar en el desarrollo de piezas publicitarias diferentes a las implementadas anteriormente, las cuales se componían a partir de fotografías.
- Uno de los logros obtenidos en el proceso de elaboración de las piezas gráficas fue la síntesis visual de los múltiples servicios que ofrece la Terminal de Transporte, en un sustrato (postal) de 14,5 cm x 9,5 cm. Evidenciándose el aprovechamiento del espacio de tiro y retiro y el ahorro de papelería.
- Las artes finales (cinco postales y un afiche), fueron publicadas y distribuidas entre la ciudadanía a través de diferentes estrategias de comunicación. En el caso de **los afiches**, estos se distribuyeron en la oficina de comunicaciones de todas las entidades Distritales para que fuera multiplicada la información de la campaña “Más para ti, Más Terminal”. **Las postales**, en primer lugar fueron entregadas en los puntos de información de las dos Terminales de la Ciudad (Terminal del sur y Terminal sede salitre). De igual forma se hicieron operativos conjuntos con la policía de tránsito en paraderos ilegales o piratas, con el ánimo de posicionar el mensaje directamente a los usuarios que toman las flotas fuera de las terminales. La entrega de este material se realizó a través del apoyo de los *Guías de Misión Bogotá* y los *Facilitadores de la Secretaría Distrital de Movilidad*. Del mismo modo, la *Dirección Nacional de Tránsito y*

Transporte realizó operativos en las salidas de la ciudad desde diferentes puestos de control con el fin de multiplicar la información de la campaña entre los conductores y usuarios.

- Por otra parte, las piezas gráficas fueron publicadas, a través del portal Colomvias en un convenio con la Terminal de transporte a través de la página web www.terminaldetransporte.gov.co y www.colomvias.com.co.
- En la actualidad (Noviembre de 2012) las piezas gráficas no han sido desmontadas de la página web, gracias al impacto que tuvo la campaña "*Más para Tí, Más Terminal*" en la temporada de Diciembre de 2011, evidencias resultantes de las diferentes encuestas realizadas posterior a la campaña (ver anexo 2)
- Durante lo que lleva corrido del año 2012 (Noviembre), a través de un convenio que la Terminal de Transporte estableció con Colnortur Editores, se publicó la revista "Guía Pasajeros", en esta revista se incluyó el afiche de la campaña "*Más para Tí, Más Terminal*". Actualmente sigue circulando en el Terminal Aéreo, el Terminal terrestre, hoteles, centros comerciales y gobernación de Cundinamarca.
- La elaboración y posterior publicación de las piezas gráficas en el marco de la campaña "*Más para Ti, Más Terminal*" generó impacto entre los ciudadanos que desconocían los servicios que presta la Terminal de Transporte,

contribuyendo a generar conciencia y cultura ciudadana entre los viajeros. Puesto que en muchas ocasiones por el desconocimiento de estos servicios el ciudadano opta por abordar los buses en lugares no autorizados, bajo el supuesto que son más económicos los tiquetes de viaje, dejando de lado las ventajas y beneficios que brinda la Terminal de Transporte en cuanto a tranquilidad, comodidad, seguridad, bienestar y mejores servicios.

- Otra de las fortalezas que permitió la aceptación y el impacto de las piezas gráficas, fue que previo al diseño y conceptualización de las mismas el practicante realizó un buen trabajo de investigación, de observación, de interpretación y de síntesis, con el fin de buscar referentes gráficos y de generar ciertos contenidos a partir de lo ya existente, siempre pensando en las necesidades del cliente.

7.2 Debilidades:

- A pesar de que el proceso de construcción de las piezas gráficas en general fue satisfactorio, se presentó una debilidad en la etapa de reproducción de las mismas, debido a que en el momento de enviarlas a la Imprenta Distrital, el practicante de comunicación gráfica en el momento de elaboración no había tenido en cuenta las dimensiones y medidas establecidas. Sin embargo se hicieron los ajustes necesarios para que finalmente el material fuera aprobado

y aceptado por el Director de Comunicaciones de la Terminal de Transporte, para luego ser enviadas a la Imprenta Distrital.

- En el momento de recolección de información, particularmente en el registro fotográfico, tanto la oficina de comunicaciones de la Terminal de Transporte, como la de la Secretaria Distrital de Movilidad no dispusieron los equipos necesarios para la realización del registro, en lo que respecta a cámara fotográfica y trípode.

7.3. REFLEXIONES FINALES

Leonardo Ríos:

Considera que es importante sistematizar este tipo de experiencias, al final de cada proceso de práctica de un estudiante sea cual sea su especialidad. Esto permite hacer procesos de mejora continua en aras de que futuros estudiantes tengan referentes de experiencias anteriores, para que los convenios que se establecen con las entidades tengan óptimos resultados y los practicantes se caractericen por un buen desempeño profesional a la hora de asumir un rol laboral en su vida.

Jhon Peña:

Considera que es importante sistematizar los procesos de práctica profesional, pues es dejar la evidencia de todo el trabajo que se hace de investigación, de desarrollo y de implementación de una campaña. Es súper importante apoyar este tipo de iniciativas, porque es hoja de vida y es cancha profesional para el practicante.

Julio Cesar Guapacha

- En primer lugar me alegra haber tenido la oportunidad de desarrollar un proceso de sistematización como opción de grado, y que mejor contexto que el de la práctica profesional, entendida como un proceso de carácter constructivo y dinámico, que no está atada a un lineamiento meramente teórico, sino que, por el contrario permite que sean las dinámicas praxeológicas el motor de búsqueda de una nueva forma de generar conocimiento, y ver el aprendizaje desde otro punto de vista, con una perspectiva más amplia para las futuras generaciones de practicantes.
- Considero que el haber desarrollado la “Guía práctica para futuros practicantes de la Carrera de Tecnología en Comunicación Gráfica” posibilitará el desarrollo de soluciones gráficas en contextos similares al de la Terminal de Transporte de Bogotá. Así mismo, podrá convertirse en una herramienta y un referente útil para aquellos que como yo, en el momento de dar inicio con mis prácticas profesionales, se lleguen a sentir confundidos y ansiosos frente a las responsabilidades y tareas asignadas. Entendiendo que todas las prácticas son diferentes, al igual que sus dinámicas y por ende las dificultades que han de presentarse serán distintas. Por ello, espero que con la apropiación y reflexión de los contenidos propuestos en la guía, se genere un cambio constructivo entre los futuros practicantes, a partir de mi experiencia vivida.

- Para terminar, quiero agregar que el haber realizado la sistematización de práctica profesional a partir de la experiencia vivida en la Terminal, me permitió superar los temores e inseguridades con los que inicié la experiencia, y que entre más complicados sean los retos que uno se traza en la vida, mayores aprendizajes nos han de dejar.

8. RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN (PRODUCTO)

A partir de la sistematización realizada surge la idea de elaborar una guía práctica que busca ser una herramienta teórica y especialmente metodológica, para los estudiantes de Comunicación Gráfica que inician sus prácticas profesionales. Por otra parte, el contenido presentado en la guía pretende marcar pautas y orientaciones para posibles soluciones gráficas en contextos similares al de la Terminal de Transporte. Puesto que la práctica profesional representa un gran reto para la mayoría de estudiantes de cualquier profesión o carrera, que por primera vez se ven enfrentados a la realidad del exigente mundo laboral.

9. BIBLIOGRAFÍA

- BARNECHEA, M. (1999). *“La producción del conocimiento en sistematización”* La Piragua, Revista Latinoamericana de Educación y Política. Sistematización de Prácticas en América Latina.

- BARONA, V. (2011). *“Sistematizar la estructura organizacional y publicitaria del festival audiovisual de cortometrajes universitarios INTRAVENOSA de Cinecilina, para direccionar el desarrollo de una estrategia de comunicación y promoción que permita a futuro posicionar el festival en la región”*. Universidad Autónoma de Occidente, Facultad de Comunicación Social. Cali – Colombia.

- BERLO, K. (1976) *“El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y a la práctica”*. Argentina: Librería el ateneo editorial.

- BURBANO, A. (2007). *“Teoría y práctica de la sistematización de experiencias”*. Universidad del valle, Facultad de Humanidades. Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano.

- Díaz, L. (2006). *“sistematización de la experiencia de diseño y realización de un video promocional. El caso del video para la facultad de filosofía y humanidades de la Universidad Austral de Chile”*. Universidad Austral de Chile, Valdivia – Chile.

- FERNÁNDEZ, C. (1986). *“La comunicación humana – ciencia social”*. México. Mc Graw Hill. 1986.

- INSTITUTO INTERAMERICANO DE DERECHOS HUMANOS IIDH, (2002). *“Sistematización de experiencias educativas en derechos humanos una guía para la acción”*. San José, CR.

- LONDOÑO, L. (2006) *“Impacto de la publicidad exterior como sistema de comunicación”*. Universidad Externado de Colombia, Bogotá D.C.

- PCP UNIMINUTO, (2010). *“Proyecto Curricular del Programa Tecnología en Comunicación Gráfica”*. Universidad Minuto de Dios, Bogotá D.C.

- Universidad de Buenos Aires UBA (2011). Cátedra Yantorno. Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo, Argentina.
- VARGAS, J. (2010). *“La praxeología como alternativa para la sistematización de experiencias educativas”*. Universidad Minuto de Dios. Departamento de pedagogía.

ANEXOS

Anexo 1. Orden de impresión Artes Finales – Imprenta Distrital



**FORMATO DE SOLICITUD DE IMPRESOS ARTES GRÁFICAS
ENTIDADES DISTRITALES
DIRECCIÓN DISTRITAL DE DESARROLLO INSTITUCIONAL
SUBDIRECCIÓN IMPRENTA DISTRITAL**

No. Cuantificación: _____

* Sector: Movilidad

* Entidad: Secretaría Movilidad

* Dependencia: COMUNICACIONES

* Dirección: Cll 13 # 37-35

* Responsable del trabajo: Yolima Perez

* Cargo: Jef. oficina Asesoría Comunicaciones

* Teléfono: 364 * Extensión: 4131 * Correo electrónico: _____

* Diseñador: Julio Guapacha

* Teléfono: 811 3645 * Correo electrónico: jguapacha@movilidadbogota.gov.co

Los campos demarcados con un asterisco (*) son de carácter obligatorio.

TRABAJO SOLICITADO

Impresión Corte Reimpresión

Tipo de impreso

Promoción y Divulgación			Editorial			Papelería Oficina		
1	Adhesivo		1	Agenda Escolar		1	Actas	
2	Afiche		2	Cartilla		2	Carpetas	
3	Brochure		3	Libro		3	Diploma y/o Certificado	
4	Calendario		4	Periódico		4	Formato	
5	Escarapela		5	Revista		5	Hoja	
6	Libretas Pegadas		6	Otros		6	Libretas	
7	Plegable		Cuales: _____			7	Tarjeta Personal	
8	Postal	<input checked="" type="checkbox"/>	_____			8	Otros	
9	Separador de libros		_____			Cuales: _____		
10	Taco de notas		_____			_____		
11	Tarjeta de presentación		_____			_____		
12	Volante		_____			_____		
13	Otros		_____			_____		

Referencia del trabajo (Nombre): Mas para ti mas terminal

Tamaño 14,5 x 9,5 ^{cm} Cantidad requerida 25.000 Tintas C M Y K





ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA GENERAL

Tiro Retiro Otras tintas Cuáles: _____

Clase de papel: 100g 240

Troquelado Barniz Mate Barniz Brillante

SI EL TRABAJO SOLICITADO ES IMPRESIÓN DE UN LIBRO ESPECIFICAR:

PÁGINAS INTERNAS

Nº de páginas _____ Clase de papel: _____

Tintas C M Y K Otras tintas Cuáles: _____

CARÁTULA

Clase de papel: _____

Tintas C M Y K Otras tintas Cuáles: _____

Barniz Mate Brillante

ACABADOS

Cosido al caballete (ganchos) Rústico (pegue hot melt)

Observaciones: INDI para el mes terminal mes para el mes terminal ref 1 ref 2 ref 3

Es responsabilidad de la entidad solicitante el contenido y diseño de las piezas gráficas a publicar, por lo tanto para iniciar el proceso de producción es necesario la aprobación del arte final.

Archivo digital de arte final

Imposición firmado

Arte final firmado

Archivo enviado por correo electrónico

Copia inventario

Certificado recibo de insumos

Autoriza: Yolimar Perez

Cargo: Jefe Oficina Asesoría Comunicaciones

Firma: [Signature]



Anexo 2. Balance campaña “Más para tí, Más Terminal”

Terminal de Transporte S.A. - Una Experiencia Positiva - 10 MILLONES DE PASAJEROS EN EL 2011 SALIERON DE BOGOTÁ A TRAVÉS DE LA TERMINAL D...

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

Gmail - Recibidos (342) - jcuapacha@gm... Sthetic Medic Center: Ahorra 92% en Bo... Terminal de Transporte S.A. - Una Experi... x +

www.terminaltransporte.gov.co/home/index.php?option=com_content&task=view&id=2498&Itemid=1

Más visitados Comenzar a usar Firef... Últimas noticias Hotmail gratuito Personalizar vínculos Windows Media Windows

usted está en una de las 100 ZONAS MÁS PELIGROSAS DEL PAÍS.

COMPRE SUS TIQUETES SIN HACER FILAS
ColomVías
 Viaje por tierra
 www.colomvias.com

SERVICIO

La Terminal contó con el apoyo de la Secretaría de Movilidad, el Cuerpo Oficial de Bomberos, la Secretaría de Salud a través del Hospital de Fontibón en los puntos de servicio prehospitalario, así mismo en la Terminal Central se dispuso de una ambulancia de atención básica las 24 horas y una ambulancia de la Secretaría de Salud con médico, en los días de mayor operación.

BALANCE CAMPAÑA “MÁS PARA TÍ, MÁS TERMINAL”

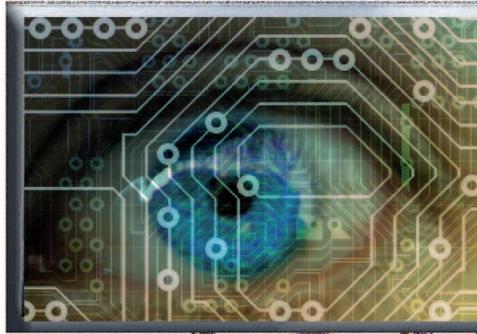
La Terminal de Transporte para esta temporada vacacional de fin de año promocionó la campaña: Más para tí, Más Terminal, con la que se pretendía generar una nueva cultura de uso de las terminales de Bogotá, más seguridad, más tranquilidad y un excelente servicio a la hora de viajar.

La campaña buscaba que los usuarios del servicio de transporte intermunicipal reconozcan los servicios y se apropien de ellos, con el ánimo que tomen el vehículo desde las terminales y que no aborden el mismo en las vías de la ciudad.

El balance de esta campaña fue muy positivo porque se incrementó en un 2.9% el número de usuarios que abordan el vehículo desde las terminales llegando ya a un 79.4 % de pasajeros que tienen esta nueva cultura de uso de las terminales.

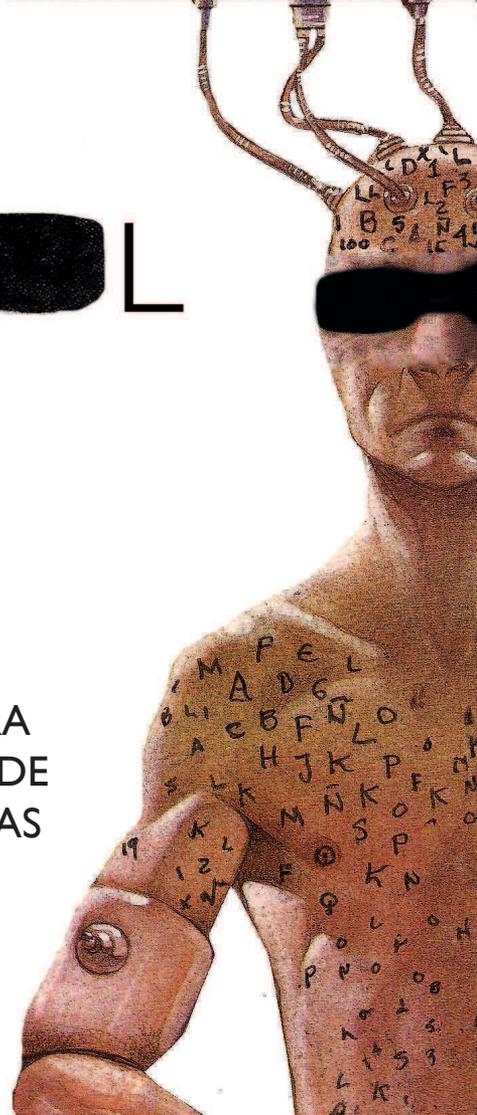
Copyright ©2007 **Terminal de Transporte S.A.**
 Diagonal 23 No 69 - 60 Oficina 502
 Conmutador (571) 423 3630 Fax 416 3951
 Sistema de Información Telefónico (571) 423 3600
 Diseñado y Desarrollado por **Syscom Sistemas Ingenieria LTDA. - Killyam Creative Inc.**

Inicio 3 Microsoft Office O... Terminal de Transpor... 3 Microsoft Office E... usb julio.guapacha ES 9:45



CONTROL Z

GUÍA PRÁCTICA PARA
LA CONSTRUCCIÓN DE
PROPUESTAS GRÁFICAS



PRESENTACIÓN



La práctica profesional representa un gran reto para la mayoría de estudiantes de cualquier profesión o disciplina, en este caso para los estudiantes de Tecnología en Comunicación Gráfica que por primera vez se ven enfrentados a la realidad del exigente mundo laboral. Escenario en el cual los estudiantes llegan con muchos temores frente a las labores y funciones que tendrán que desarrollar, siendo así varios los cuestionamientos e incertidumbres que anteceden este espacio.

Por lo anterior, esta guía se convierte en una herramienta teórica y especialmente metodológica que busca orientar a los estudiantes de Tecnología en Comunicación Gráfica que inician sus prácticas profesionales, frente a las pautas y orientaciones que deben tener en cuenta en el momento de enfrentarse al mundo laboral y a la construcción de propuestas gráficas en diferentes contextos.

¿Qué no es ésta guía?

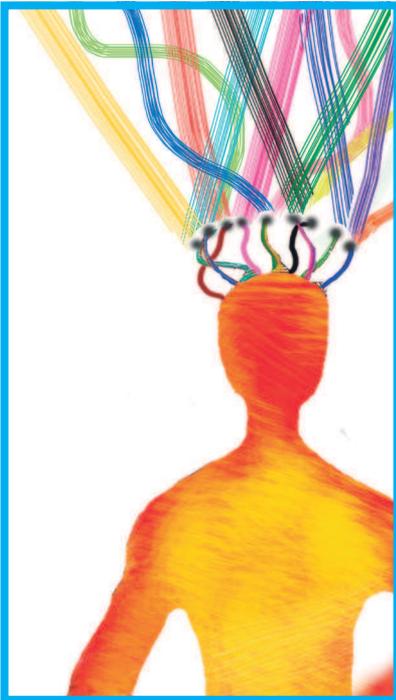
No es un “recetario”, sino una invitación a asumir las prácticas profesionales a partir de la reflexión y adecuación de los contenidos aquí propuestos, de acuerdo al contexto, tiempos, recursos y necesidades del escenario en el cual se vive la experiencia laboral. Además, busca ser una herramienta que facilite no solo el ejercicio práctico, sino el aprendizaje y la construcción de nuevos conocimientos.

¿Cuál debe ser el perfil del Comunicador Gráfico en la práctica profesional?

Un buen practicante debe cumplir con los siguientes principios básicos que le permitirán tener buenas relaciones laborales en el escenario en donde está desarrollando su práctica.

1

Responder a las necesidades de comunicación gráfica de la sociedad en forma práctica, consciente y eficiente.



2

Interpretar las necesidades comunicativas de diferentes escenarios y traducirlas a lenguajes gráficos y multimediales.

3

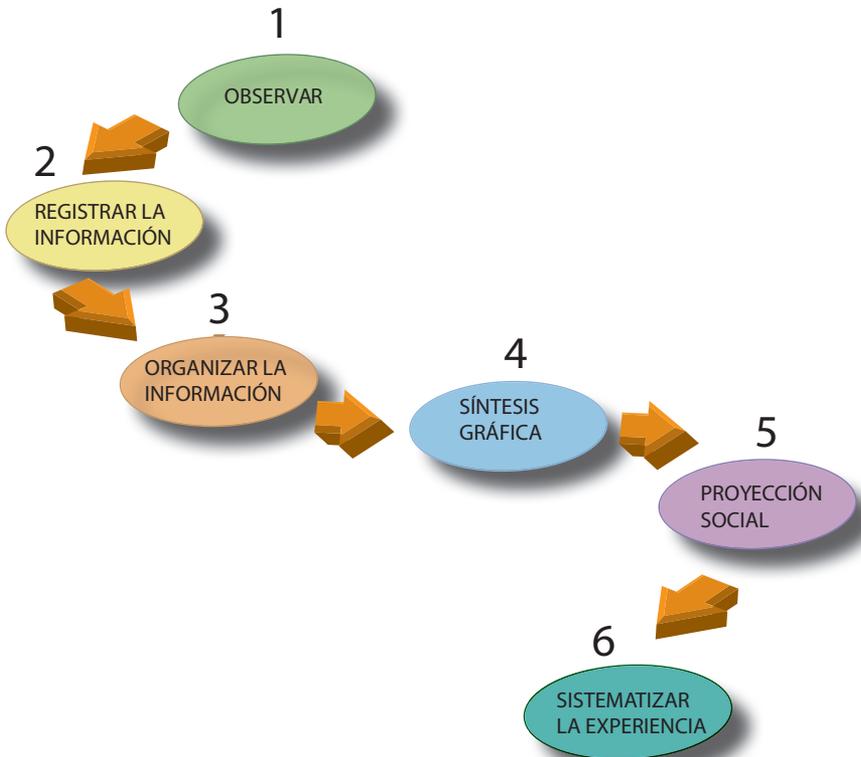
Fomentar una actitud crítica y creativa para transformar su medio social de trabajo.

4

Manifestar su formación ética con un alto sentido de compromiso y responsabilidad en los contextos donde labore.

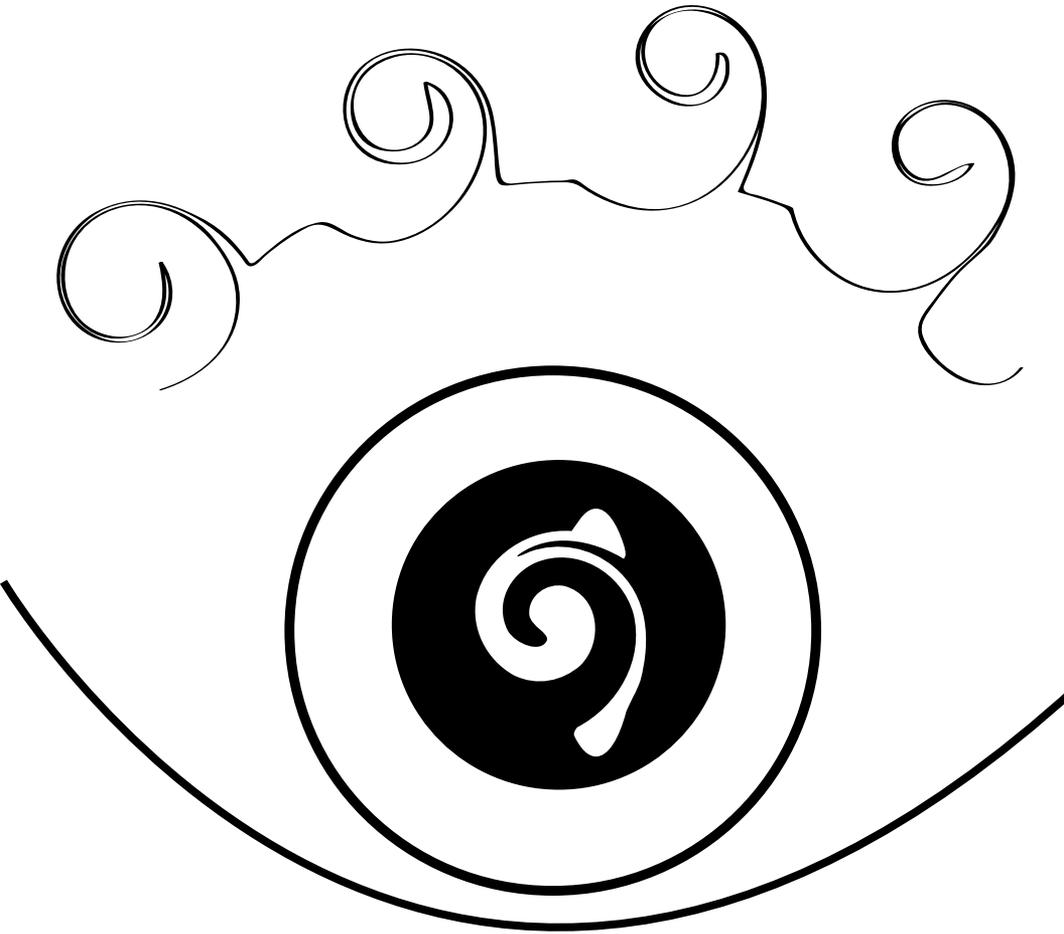
¿Qué orientaciones se deben tener en cuenta para la construcción de propuestas gráficas en diferentes contextos?

Inicio de la práctica profesional



Nuevo Conocimiento

1. OBSERVAR:



- Es el punto de partida que debe tener todo estudiante al iniciar el proceso de práctica profesional, se entiende como la capacidad de poner nuestros sentidos al servicio de la percepción, el entendimiento y la comprensión de la práctica observada.

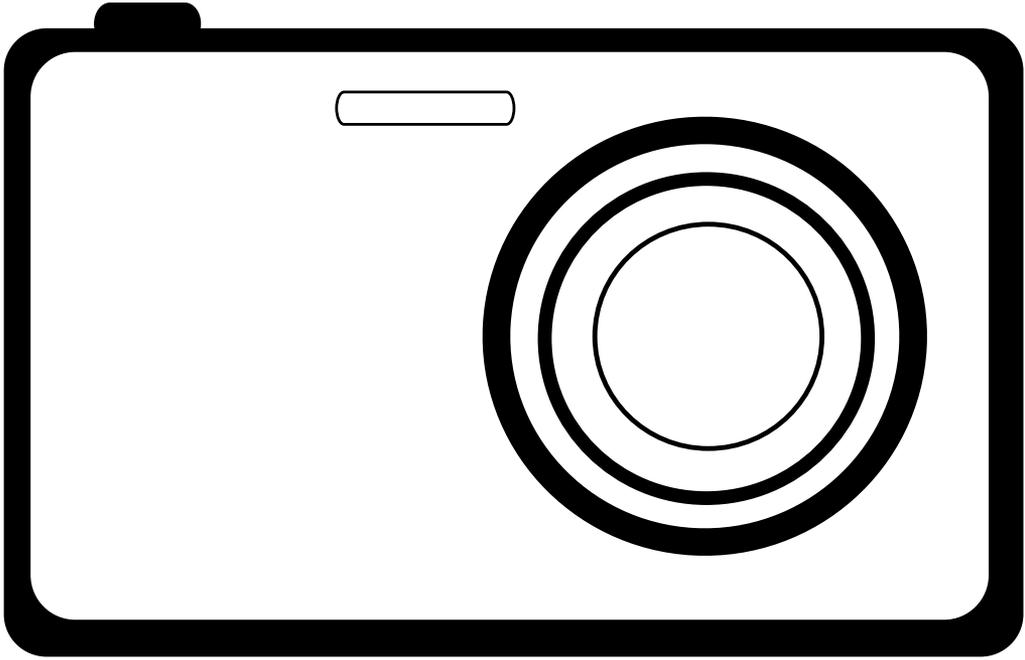
- Es la etapa que responde a la pregunta ¿Qué sucede?, aquí el practicante debe recoger, analizar y sintetizar la información sobre el contexto en el cual se desarrolla la práctica profesional, detectando las oportunidades y los riesgos, también las fortalezas y debilidades internas. Es decir, la vida alrededor de las personas y de la organización o empresa, para luego, formular acciones y soluciones oportunas. Igualmente, esta etapa se transforma en una excelente fuente de inspiración de estrategias a seguir.

De acuerdo con lo anterior, el practicante que se le solicite realizar una propuesta gráfica en un contexto determinado debe:

TENER EN CUENTA

- Indagar sobre la historia de la empresa.
- Conocer las políticas internas y externas de la empresa (reglamentos).
- Conocer cuáles fueron las anteriores campañas y/o piezas publicitarias implementadas en la empresa.
- Conocer los modelos de comunicación internos y externos de la empresa.
- Reconocer el manual de identidad corporativa: Misión y Visión.

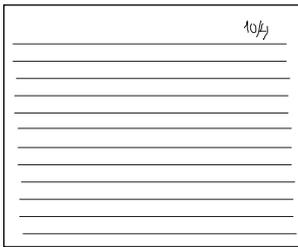
2. REGISTRAR LA INFORMACIÓN



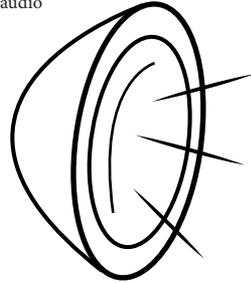
- La acción de registrar consiste en poner en juego las capacidades visuales, auditivas y sensoriales para plasmar la totalidad de la práctica observada y reconstruirla de forma coherente y organizada.

- Es importante tener presente que a cada práctica le corresponde una determinada forma de registro. Es decir, que la elección del instrumento debe acompañar el desarrollo mismo de la experiencia, como los diarios de campo, las actas de reunión, fotografías, videos y los productos mismos de la experiencia (periódicos, volantes, entre otros).

Diario de Campo



Entrevistas en audio

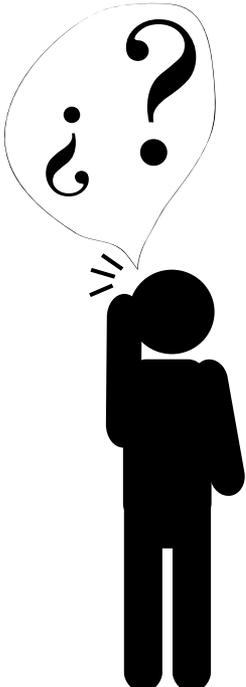
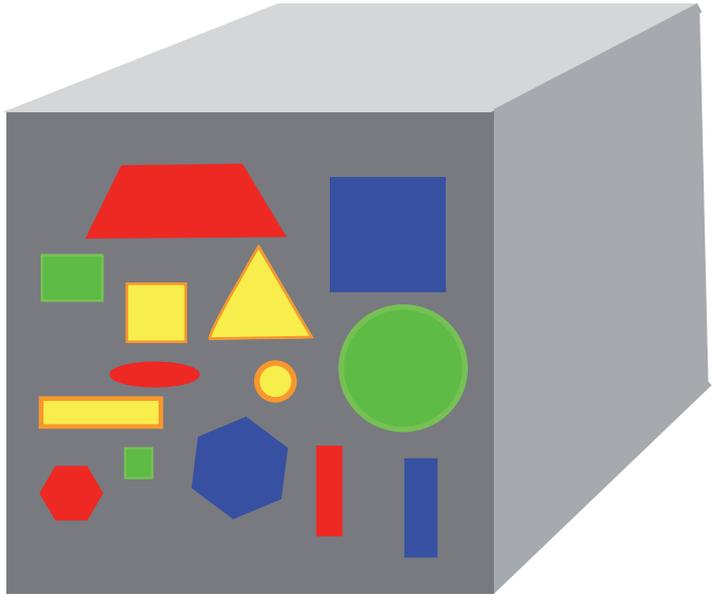


- El registro de fotografías en el proceso de elaboración de piezas gráficas es importante puesto que permite tener un referente visual en detalle de: contextos, lugares, situaciones, elementos, personas, entre otros. Esto facilita la construcción de bocetos iniciales en concordancia con la realidad observada.

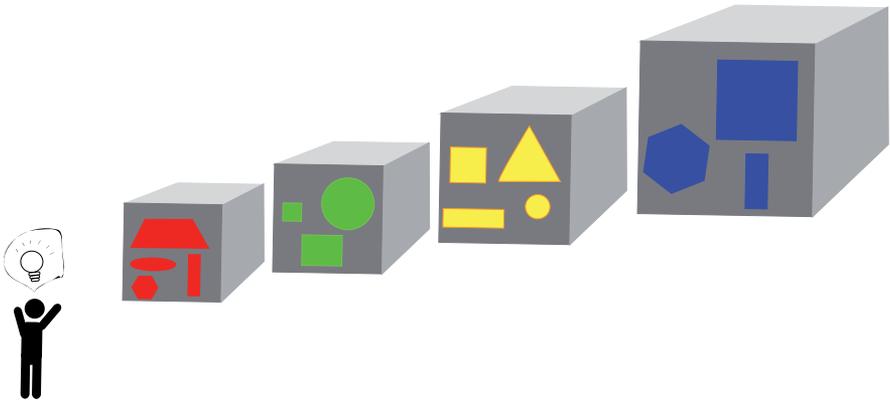
TENER EN CUENTA

- Configure el dispositivo fotográfico con fecha y hora de captura de la imagen, pues esto servirá para registrar la información en un diario de campo o bitácora.
- Seleccione estratégicamente la captura fotográfica, pues esto le facilitará la construcción de bocetos.

3. ORGANIZAR LA INFORMACIÓN DEL PROCESO VIVIDO



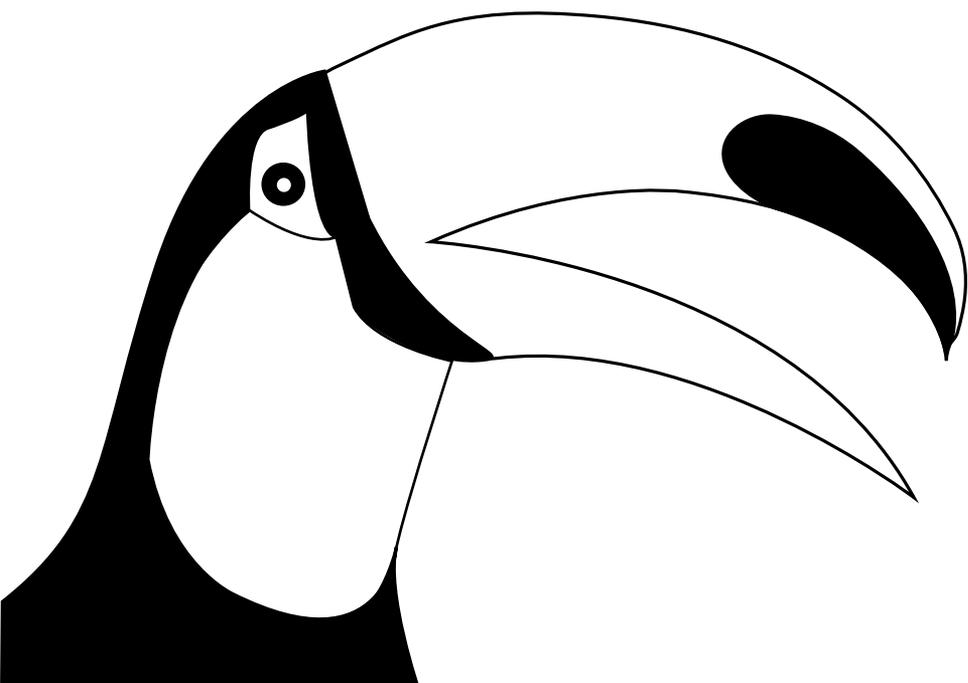
Permite valorar y hacer una lectura global, sobre toda la información recolectada en el proceso de observación, se clasifica la información registrada a lo largo del proceso, de tal modo que se pueda delimitar e identificar elementos que aporten a la solución gráfica de una situación o necesidad en particular.



TENER EN CUENTA

- Organizar la información de forma clara y precisa.
- Basarse en todos los registros existentes.
- Categorizar la información desde todas las perspectivas posibles.

4. SÍNTESIS GRÁFICA

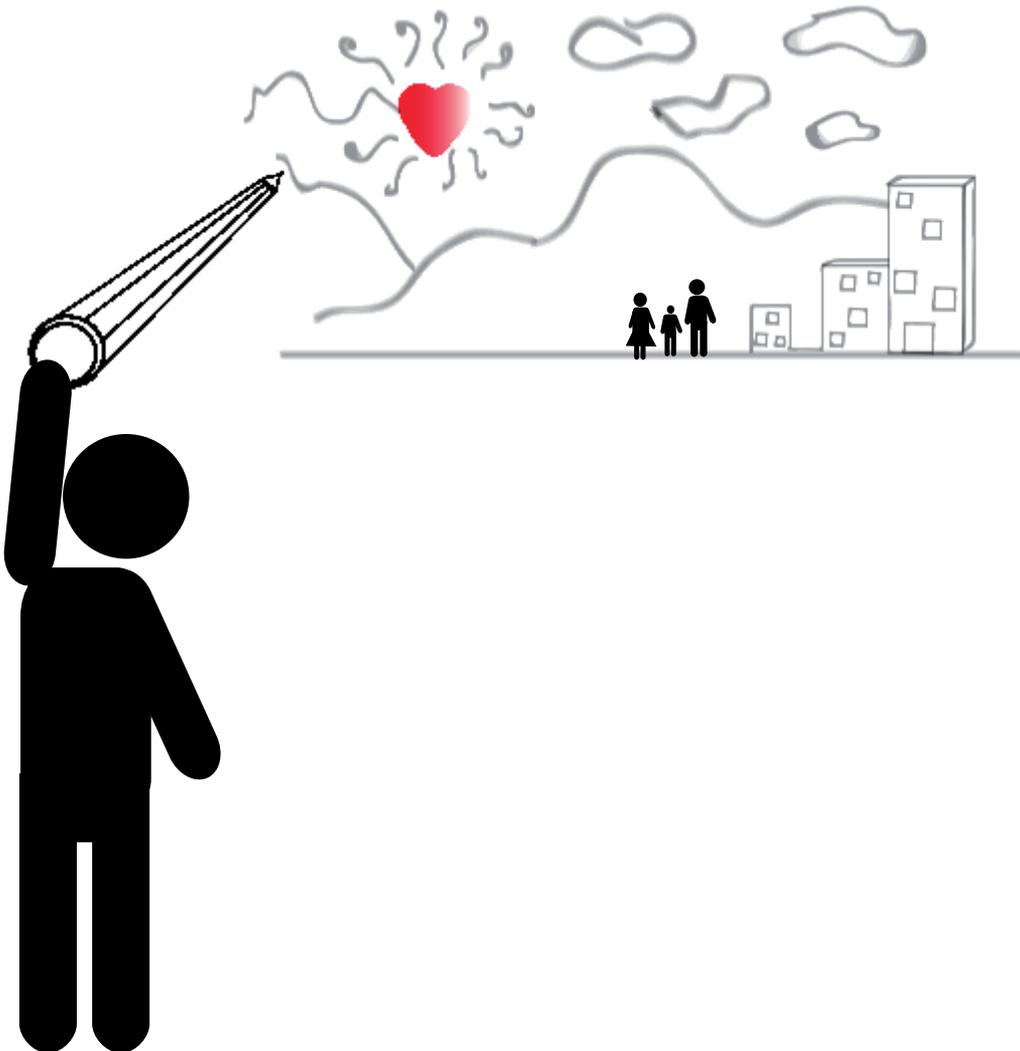


- Es la capacidad de simplificar formas o conceptos dándoles mayor fuerza expresiva y una comunicación más clara del mensaje.
- Aparece cuando una figura simplifica su forma original manteniendo el uso de líneas y planos pero en menor cantidad, eliminando al máximo los detalles sobrantes.
- En esta etapa el practicante debe tener en cuenta los detalles de las imágenes recolectadas en el proceso de observación, y a partir de esto comunicar de forma precisa el concepto.
- Cuanto mejor sea la síntesis gráfica, más fácilmente se reconocerá en la distancia el trabajo realizado.

TENER EN CUENTA

- La síntesis no es solo la eliminación de los detalles.
- Se produce cuando se consigue comunicar un concepto de modo claro y preciso.
- Para lograr una buena síntesis gráfica se debe tener como referencia el tema de morfología que en el diseño es la disciplina que estudia la generación y las propiedades de la forma.

5. PROYECCIÓN SOCIAL

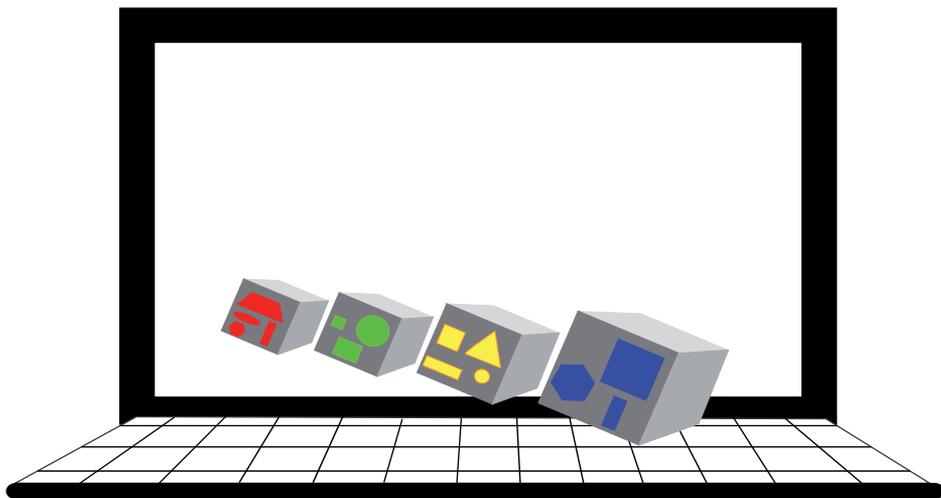


- La comunicación como tal, es un fenómeno social, tal vez el fenómeno más importante, ya que gracias a él una sociedad logra su articulación.

-La generación de mensajes gráficos debe entenderse como un fenómeno social, encaminando todas las acciones al impacto y proyección de la comunicación gráfica dentro de la sociedad.

- Todo mensaje, por ende, todo mensaje gráfico dice algo sobre el mundo aunque sea de manera indirecta, es allí, en donde se pueden estar reproduciendo prácticas y cambios sociales en torno a una necesidad.

6. SISTEMATIZAR LA EXPERIENCIA



¿Qué es una sistematización?

Es la interpretación crítica de una o varias experiencias, que a partir de su reconstrucción y ordenamiento, descubre o explica la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí, y porqué se han hecho de este modo, el registrar de manera ordenada una experiencia que deseamos compartir con los demás, combinando el quehacer con su sustento teórico, y con énfasis en la identificación de los aprendizajes alcanzados en dicha experiencia.

¿Por qué sistematizar?

Como se ha señalado al inicio de esta guía, se sistematiza fundamentalmente para construir nuevo conocimiento y aprender de nuestras prácticas y, además porque se busca:

- ◆ Revisar el pasado y proyectarlo ordenadamente hacia el futuro.
- ◆ Generar aprendizajes.
- ◆ Evitar caer en el activismo y la repetición mecánica de procedimientos.
- ◆ Mejorar, enriquecer y transformar nuestras prácticas.
- ◆ Aportar cambios positivos que trasciendan a diferentes contextos sociales y culturales.

BIBLIOGRAFÍA

-BARNECHEA, M. (1999). “La producción del conocimiento en sistematización” La Piragua, Revista Latinoamericana de Educación y Política. Sistematización de Prácticas en América Latina.

-INSTITUTO INTERAMERICANO DE DERECHOS HUMANOS IIDH, (2002). “Sistematización de experiencias educativas en derechos humanos una guía para la acción”. San José, CR.

-PCP UNIMINUTO, (2010). “Proyecto Curricular del Programa Tecnología en Comunicación Gráfica”. Universidad Minuto de Dios, Bogotá D.C.

-VARGAS, J. (2010). “La praxeología como alternativa para la sistematización de experiencias educativas”. Universidad Minuto de Dios. Departamento de pedagogía.