

1

FALTA DE VISIBILIZACION

(GLOBAL)

OBJETIVOS

1. Aumentar la accesibilidad a la información de comunidades desconocidas
2. Mejorar las estrategias del diseño de información de las comunidades existentes para mejorar la visibilidad de la comunidad ante un contexto global.
3. Disminuir los juicios de valor por falta de información
4. Traducción de un terminología de una comunidad a un lenguaje global

¿QUÉ ES?

Metodología que utiliza diferentes herramientas de comunicación que pueden ir desde medios impresos, diseño de objetos, o material digital para facilitar el alcance de información sobre diferentes comunidades.

¿POR QUÉ?

Al enfocarnos en la falta de diseño de la comunicación que poseen dichas comunidades, vemos que un amplio público desconoce las causas y no se involucra por este simple hecho, o genera críticas negativas por simple falta de información, prestándose para malinterpretaciones o juicios de valor.

Además de esto, vemos que dentro de cada comunidad se maneja un lenguaje específico que es desconocido para las personas que no pertenecen a esta. Alienando a un gran grupo de personas de pertenecer a esta por desconocimiento del tema.

¿PARA QUIÉN?

En primer lugar, esto se desarrollará para ayudar a las comunidades que puedan verse beneficiadas de manera tangible o intangible por el aumento de los canales de información.

Por otro lado, para todo tipo de persona que tenga intereses y valores en común con la comunidad pero que aún no pertenezca a ella, creando así posibles vínculos.

FASES DEL PROYECTO

En primer lugar, es importante realizar un estudio a profundidad sobre los valores, símbolos y las problemáticas de la comunidad. Además, es relevante reconocer e identificar los mecanismos de comunicación ya existentes en la comunidad. Este sería la base para desarrollar las estrategias del proyecto.

A partir de lo anterior, se plantearía un problema junto con una oportunidad para así diseñar una solución. Dependiendo de esto, se escogería un medio específico que mejor se adecue a la propuesta.

El siguiente paso sería prototiparlo identificando así las falencias y beneficios del medio escogido. De acuerdo a los resultados presentados junto con la comunidad, adaptar y mejorar la propuesta para implementarla con la comunidad.

RESULTADOS ESPERADOS

Es así como vemos que el diseño de información favorecería enormemente al crecimiento de comunidades desfavorecidas y al enriquecimiento del público que las observa. Aumentando la información sobre estos, ocasionará que se genere un interés en un mayor número de personas y que estas decidan tanto involucrarse como colaborar con la causa. Desde colaborar con donaciones como disminuir el rechazo por una comunidad marginada.

STAKEHOLDERS

Los principales interesados son los representantes de la comunidad o aquellas personas que se ven beneficiadas gracias a la visualización de la ésta. Además, también se ven involucradas las personas que se vinculan a dichas comunidades no por interés directo por los valores y creencias de ésta, sino por estrategia o beneficio propio.

PROPUESTA DE VALOR

Adaptar la lenguaje común y simbólico de las comunidades, materializándolo en términos fáciles de entender para un contexto global. Manteniendo los valores y conceptos de la comunidad explícitos en la totalidad de la propuesta. Todo esto se logra a través de la difusión de las propuestas por medio del diseño y de las estrategias de comunicación.

De esta manera se busca ampliar el territorio que soporta las transacciones de valor, generando así un cambio social una red solidaria que se mueve con el tiempo. Obteniendo como resultado generar conexiones en lugar de rivalidades.